



МАКЕДОНСКА РАДИО ТЕЛЕВИЗИЈА

Бул. Гоце Делчев бб 1000 Скопје,

www.mrt.com.mk

МАКЕДОНСКА РАДИО ТЕЛЕВИЗИЈА

бр.02-7779/

З А П И С Н И К

Од 205.Седница на Програмскиот совет на Македонска Радио Телевизија одржана на 14.12.2022 година.

ПРИСУТНИ ЧЛЕНОВИ НА ПРОГРАМСКИОТ СОВЕТ:

проф.д-р Смилка Јанеска Саркањац Претседател на Програмскиот совет на МРТ, Ведат Мемедалија-Заменик претседател на Програмскиот совет, Снежана Клинчарова, м-р Ристе Панов, Гајур Рамадани, Илир Рамадани, Златко Јанковски, Ивана Трајковска, Селпин Керим, м-р Јагнула Куновска и Анита Латифи.

ОТСУТНИ ЧЛЕНОВИ:

д-р Агим Лека.

ДРУГИ ПРИСУТНИ:

/

205.Седницата на Програмскиот совет на МРТ се одржа во онлјан формат односно преку платформата Скајп.

Седницата почна во 12.10 часот.

Претседателот на Програмскиот Совет на МРТ Смилка Јанеска Саркањац го прочита доставениот дневен ред пред присутните.

Програмскиот совет на МРТ го разгледа предложениот дневен ред.

Програмскиот совет на МРТ едногласно го усвои и продолжи со работа по следниот дневен ред.

ДНЕВЕН РЕД

1. Разгледување и усвојување на записникот од 204.седница на Програмскиот совет на МРТ.
2. Разгледување на Извештај со податоци на АВМУ за досегот на радиостаниците и за уделот во вкупната гледаност на телевизиските станици за периодот август-септември 2022 година, со акцент на поставеноста на МРТ.
3. Разгледување на Анализа на структурата на вработени во аудио и аудиовизуелната медиумска индустрија, споредбено за ресурсите во МРТ.
4. Разгледување на Анализа на пазарот на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и споредба за уделот на МРТ.
5. Разно.

ТОЧКА1:Разгледување и усвојување на записникот од 204.седница на Програмски совет на МРТ.

Претседателката на Програмскиот Совет на МРТ Смилка Јанеска Саркањац го стави на разгледување записникот од 204.седница на Програмскиот Совет на МРТ.

По расправата записникот од 204.седница на Програмскиот совет на МРТ беше ставен на гласање.

Програмскиот совет на МРТ едногласно **го усвои** записникот од 204.седница на Програмскиот Совет на МРТ.

ТОЧКА2:Разгледување на Извештај со податоци на АВМУ за досегот на радиостаниците и за уделот во вкупната гледаност на телевизиските станици за периодот август-септември 2022 година, со акцент на поставеноста на МРТ.

Членот Ристе Панов даде образложение за оваа точка каде кажа дека со извештајот може да се следат и разгледат споредбените податоци на јавното мислење, за да се види фидбекот на јавноста во однос на гледаноста и слушаноста на јавниот сервис, што е и надлежност на ПС за следењето на јавноста.Податоците на Агенцијата за медиуми се добиени со истражување на јавното мислење и се однесуваат на: просечниот досег на слушаноста на радиостаниците и на гледаноста на телевизиите, меѓу кои и на МРТза последниот објавен извештај Агенцијата за медиуми за периодот август септември 2022 година, во споредба со податоците од последниот извештајавгуст септември 2022 година, со месеците јуни-јули оваа година со годишниот извештај за 2021 година.

Ристе Панов се осврна за радиото, каде кажа дека во Македонија процентот на слушаност на радио изнесува од 22 до околу 25 %, а за периодот август - септември тој изнесува 27,6% најмногу што слушаат радио се возрасната популација од 30 до 39 години со 36,7% па следува 40 до 49 годинишна возраст.Податоците од ланскиот годишен извештај со податоците за месеците јуни јули се поклопуваат во делот на слушаноста на радијата на државно ниво. Па така најслушано радио е Антена 5 со просечна слушаност за лани со 9,7%, на второ место е Канал 77 со просечна слушаност 6,4% и на трето место доаѓа Македонско радио кој за лани во просек било слушано со 3,8% на годишно ниво, додека за месеците август - септември оваа година Македонско радио било слушано 4 %.Додека четврто место и во двата случаи го држи Метрополис. Овие процентуални податоци се од прашањето „Кои радиостаници ги слушале вчера?Што значи Македонско радио континуирано го држи третото место по слушаност на радија на државно ниво, со константен процент околу 3,8 % за ланската година и за месеците од последниот извештаје со 4 %.Граѓаните на Македонија најмногу слушат радио во периодот од 8 до 17 часот, а според последниот извештај пикот на слушање е во претпрладневните и попладневните часови.Содржини од радиото што ги слушаат граѓаните за месеците август - септември се 78,1% музика, 14% информативна програма, со околу 5% утринска програма, потоа следува спортска програма, па образовна и документарна програма и друго. Оваа значи дека луѓето слушаат радио најмногу заради музика, информативна и утринска програма. Тој укажа дека оваа било добар показател на кои содржини да се насочи македонското радио и во кои термини. Во анкетирањето не постои поделба за која програма на радиото станува збор, дали е само за македонско радио 1 или тука влегуваат и МР 2, 3 и други. Од претходните извештаи на слушаност, на прашањето преку кои уреди граѓаните гослушале радиото, 22,8 % се изјасниле дека радио слушаат преку, он лајв стрим, потоа на апликација на радио и др, а додека 77,2 % радиото го слушале преку музички уред. Оваа значи дека сега и во иднина се повеќе радиото ќе се слуша преку интернет. Тој посочи, како добар пример е утринската програма на Радио 2 „Тик Так и Зорка“ каде се достапни на сите социјални и интернет мрежи како посебно издвоена емисија. Така на ФБ профилот имаат 14.000 следачи, имаат своја веб страна на кој се објавуваат секојдневно подкастите со достапност на аплл, спотифи и гугл поткаст на кој можат да се слушаат сите емисии од сите денови. Имаат профили на твитер, инстаграм и други. Оваа би било добро и сите други емисии на македонските радија да бидат достапни на интернет и социјалните мрежи, но да бидат централизирани од МРТ.За тоа каде се слуша радио,

најмногу околу 60 % одговориле во превозно средство, потоа со 16 % на работа и од дома околу 18 %. Во извештајот замесеците август - септември според полот Македонското радио речиси дупло го слушаат мажи со 56% наспроти 44% жени, додека возрасна популација што го слуша Македонско радио најмногу луѓе од 50 до 59 години, потоа категоријата од 30 до 49 години.

За телевизијата Ристе Панов го образложи анкетното прашање дали вчера гледале телевизија, според последниот извештај 66,7 % одговориле дека гледале, а 33,3% рекле дека не гледале вчера телевизија. Во однос телевизијата според последните податоци за периодот август - септември 2022 година, на тоа што гледале граѓаните на ТВ најмногу се изјасниле дека гледаат вести со 43,7%, потоа информативна програма 24,7%, трето што гледалесе сериските филмови со околу 10%, па игран филм, потоа забавна или музичка програма. Оваа се добри показатели, на што треба Македонската телевизија да се насочи. Според последното изјаснување 68,4% или од претходните извештаи над 60% граѓаните на ТВ сакаат да гледаат вести и информативна програма. Тука МТВ може да биде во многу подобра гледаност со зајакнување на овие 2 програми, ако овој висок процент на граѓани од 60 до 68% сакаат вести и информативна програма тогаш треба МТВ да поработат на збогатување со информативни емисии и квалитетни вести. Ако ги споредиме годишниот извештај за 2021 година МТВ1 го задржува третото место со 35,78% гледаност, после Сител со 62% и Канал 5 со 58% во однос на прашањето кои домашни и странски канали граѓаните ги гледале во текот на минатата седмица? Според анкетата постои пад на гледаноста на МТВ 1 на 6 место со 19% гледаност за месеците јуни и јули, а гледаноста уште паѓа со 18,6% за месеците август- септември. Ако се споредат податоците од минатогодишниот извештај МТВ 1 ниту во еден од кварталите нема паднато под 29%, а сега оваа година од јануари до мај паѓа МТВ1 паѓа на најниско ниво 16,6 % гледаност, потоа за јуни и јули се зголемува на 19% , па сега во последниот извештај пак паѓа и под 19% гледаност. Се поставува прашањето зошто за 2022 година МТВ 1 има речиси дури и дупло паѓање на гледаноста за разлика од ланската 2021 и дупло паѓање на ранг листата од ланското 3 место, за оваа година не мрдна од 6 место, сега МТВ 1 е после Сител, Канал 5, ТВ Телма, Алфа, Алсат. На прашањето набројте ги сите домашни и странски канали што ги гледавте во текот на минатата седмица, за МТВ 2 во 2021 година на листата била на 20 место со 5,49%. За периодот јануари - мај 2022 година МТВ2 се искачува на 18 место со 4,4%, за периодот јуни-септември се искачува на 17 место со 6,08% гледаност. За Разлика од МТВ 1, МТВ 2 за последните месеци има благо покачување на гледаноста, а со тоа и подобрување на рејтинг листата на телевизиите. Во суштина имаме констатна публика која го следи МТВ2 со зголемување на публиката за оваа година. Извештајот за 2021 година тој го спореди со последниот извештај на АВМУ за периодот август септември, и за останатите телевизиски канали преку анкетното прашање кои домашни и странски канали ги гледале во текот на минатата седмица. За МТВ 3 на годишно ниво лани гледаноста во просек била 3,93 % , но за овие два месеца драстично паднала гледаноста дури тројно на 1,13 %. МТВ 4 ланскиот годишен просек на гледаност бил 0,18% , а за периодот август септември оваа година е покачен на 0,58 %. МТВ 5 ланскиот просек бил 1,03% а за овие 2 месеца на анализа просекот на гледаност благо паднал на 0,83%. МТВ Собрански канал ланскиот просек бил 1,16% гледаност, додека за месеците август септември се зголемил дупло на 2,33%. МТВ 1 -сателит лани со 0,6% а за оваа година за овие два месеци од последниот извештај е 0,4% , а МТВ 2 - сателит ланскиот годишен просек бил 0,01 % , а за двата месеци со 0,25% . Меѓутоа, тој напомена дека МТВ 1 и МТВ 2 сателитска претежно се гледа во странство, а анкетираното население е кое живее во Македонија.

ТОЧКА3:Разгледување на Анализа на структурата на вработени во аудио и аудиовизуелната медиумска индустрија, споредбено за ресурсите во МРТ.

За оваа точка Ристе Панов кажа дека Анализата на структура на вработените во аудио и аудиовизуелната медиумска индустрија во 2021 година на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги дава слика за структурата на вработените во аудио и аудиовизуелната медиумска индустрија. Податоците за вработените се анализирани од

аспект на работните места, од аспект на статусот на вработените, како и од демографски аспект. Бројот и структурата на вработените во анализата ја прикажува состојбата на 31.12.2021 година, и тоа посебно на јавниот сервис и посебно на комерцијалните телевизии и радиостаници. Заклучно на ден 31.12.2021 година, во целата индустрија биле вработени вкупно 2.449 лица. Во јавниот сервис работеле 685 лица, во комерцијалните телевизии околу двојно повеќе 1.377 лица, а во комерцијалните радиостаници 387 лица. Или во проценти МРТ има удел од 28%, комерцијалните телевизии со 56% и 16% комерцијалните радио станици од целата медиумска индустрија. Во споредба кај комерцијалните телевизии 73% биле во редовен работен однос, а 27% работеле како хонорарци. Кај јавниот сервис, пак, 88% од вработените биле во редовен работен однос, а 12% имале хонорарен ангажман. Во целокупниот медиумски сектор најголем дел од вработените биле новинари 35% и реализаторски кадар, т.е. режисери, сниматели, монтажери со 25%. А најмалку застапени во структурата на вработените биле лицата вработени во секторот маркетинг со 3%. За МРТ во споредба со 2020 година, кога учеството на новинарите и реализаторите во структурата на вработените било исто (по 30%), во 2021 година учеството на новинарскиот кадар се зголемило (на 39%), а на реализаторскиот кадар се намалило (на 25%). Од вкупно ангажираните лица во МРТ, 307 биле жени, а 378 биле мажи. Жените биле побројни од мажите кај новинарскиот кадар, уредништвото и преостанатиот кадар, а мажите кај техничкиот и реализаторскиот кадар. Во врска со статусот на работниот однос, во македонска телевизија биле вработени 515 лица од кои 87% се во редовен работен однос, а 13% се хонорарци. Во македонско радио биле ангажирани 170 лица, од кои 94% се во редовен работен однос, а 6% биле хонорарци. Во целокупната медиумска индустрија 72% се македонци, 22% се албанци, турци 2% и останати националности. Додека за МРТ, од вкупниот број на вработени во јавниот сервис за 2021 година, 67% биле Македонци, 24% биле Албанци, 4% биле Турци, а 3% Срби. Кај секоја од овие националности најбројни биле лицата ангажирани како новинари. Застапеноста на Ромите, Власите, Бошњациите и лицата од друга етничка припадност била многу мала. Од лицата вработени во редовен работен однос во МРТ, најголем дел биле со високо образование, односно 329 лица. Од овие, половина биле новинари (165 лица). Средно образование имале вкупно 266 лица, од кои 115 лица биле вработени како реализатори.

ТОЧКА4:Разгледување на Анализа на пазарот на аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и споредба за уделот на МРТ.

И по оваа точка членот Ристе Панов укажа дека преку последниот издаден документ на Агенцијата за ААВУМУ за Анализата на пазарот на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги за 2021 година, е да се разгледат можностите и условите за учеството на МРТ во вкупниот пазар на аудио и аудиовизуелната медиумска индустрија. Дека овие податоци за медиумскиот пазар треба да се разгледуваат тој го посочи примерот со тоа што ПС го донесува Ценовникот за маркетинг услуги на МРТ, со што треба и да се следи и вкупниот пазар во државата за рекламирање, за да се прилагоди и МРТ. Особено треба да се напомене дека работењето на јавниот сервис треба да се анализира засебно од работењето на комерцијалните радиодифузери поради тоа што станува збор за сосема поинаков начин на финансирање и дозвола за рекламирање. До 2019 година пред да се измени законот за АВМУ, МРТ имаше временско ограничување на емитување на маркетинг на пример во програмата од 17 до 20 часот за телевизија. После бришењето на член 103 од Законот за ААВМУ, за МРТ рекламирањето како јавен сервис е регулирано во член 105, за кој има и автентично толкување од Собранието, каде МРТ може да се рекламира во дела на копродукциска или купена програма за кои има склучено договор, додека во сопствената програма на МРТ е забрането рекламирање.

Еден од заклучоците во самиот документ покажува дека во однос на 2020 година индустријата полека закрепнува.

Сепак, сè уште не може да се достигне нивото од предпандемиската 2019 година, а не пак да се зборува за некаков раст на пазарот, особено поради тоа што значаен дел од приходите на телевизиите и радијата во анализираната година е од финансиска помош од државата, каде државата финансиски ги помогна комерцијалните телевизији поради пандемијата и оваа помош влегува во вкупните приходи. Вкупните приходи во индустријата во 2021 година изнесувале 2,644.83 милиони денари. Ова е највисок износ на вкупни приходи во последните пет години, но тоа се должи на финансиската помош за справување со последиците од пандемијата со вирусот Ковид-19 што државата ја издвои за комерцијалните медиуми, и тоа за покривање на трошоците за надоместокот за дозволата за емитување, за покривање на трошоците за пренос на сигналот, субвенции за придонеси од платите на вработените и друго, како и на приходите што комерцијалните радиодифузери ги оствариле од платено политичко рекламирање. Така, комерцијалните радиодифузери во целина прикажале повисоки приходи отколку во претходната година. Истовремено, јавниот радиодифузен сервис располагал со помалку средства дури и во споредба со претходната година. Повеќе од половина од приходите се остварени од рекламирање (54% или вкупно 1,418.32 милиони денари), од кои пак 238,15 милиони денари се од платено политичко рекламирање за време на локалните избори. Од средствата за финансирање на радиодифузната дејност кои се издвојуваат од Буџетот на РС Македонија, на јавниот сервис му биле префрлени 826,95 милиони денари, кои претставуваат 31% од вкупните приходи во индустријата. Радиодифузерите во 2021 година оствариле највисоки вкупни приходи од рекламирање во последните пет години, но и дека доколку се одземат приходите од платено политичко рекламирање, впрочем приходите од рекламирање во 2021 година се уште не ги достигнуваат оние од пред пандемијата. Тоа би значело дека, се уште чувствуваат последиците од пандемијата и кризата и во просторот на рекламирање, со што можеме да очекуваме и МРТ да има намалени приходи од маркетинг како што е и трендот во државата. Приходите од реклама на МРТ за 2021 година изнесувале 40.73 милиони денари, додека приходите за комерцијалните телевизији изнесува 1.238.36 милиони денари, а приходот од комерцијални станици изнесува 139,23 милиони денари. Во проценти тоа би значело најголем дел од приходите од рекламирање оствариле комерцијалните телевизији - 87%, а 10% комерцијалните радиостаници. Уделот на МРТ во приходите од реклами изнесува само 3%. Но тука треба да се има во предвид и ограничувањата на МРТ како јавен сервис во слободата на рекламирањето. Вкупните трошоци во индустријата изнесувале 2,571.19 милиони денари. Од нив, 56% се трошоците на комерцијалните телевизији, 38% на јавниот сервис и 6% на комерцијалните радиостаници. Растот на вкупните трошоци во индустријата е незначителен - тие се зголемиле за 6% во споредба со претходната 2020 година. Ова би значело и дека нема вложувања кои предизвикуваат трошоци во медиумскиот сектор. Вкупните приходи на Македонската радиотелевизија во 2021 година изнесувале 979,56 милиони денари и во однос на минатата 2020 година тие се пониски за 3,22%. 95.2% од вкупните приходи се средствата за финансирање на јавниот сервис (826,95 милиони денари) и т.н. останати деловни приходи (105,32 милиони денари). Од 2019 година наваму, секоја година Македонската радиотелевизија добивала се помалку и помалку средства од буџетот по оваа основа. Па така, за 2019 година за радиодифузна дејност се исплатени помалку – 20,4 % од законски предвидените средства, за 2020 година скратени се – 37,3 %, за 2021 година скратени се – 41,4 %. Ако се собери процентот на скратените средства за 2019, 2020 и 2021 година, тогаш за речиси 100% (99,1 %) на МРТ му е скратен буџетот за работење за 1 година, односно на секои 3 годишни буџети на МРТ им се крати по 1 цел годишен нареден буџет, односно за овие три изминати години им се крати една цела наредна година целосно годишно финансирање на МРТ.



МАКЕДОНСКА РАДИО ТЕЛЕВИЗИЈА

Бул. Гоце Делчев бб 1000 Скопје,

www.mrt.com.mk

ТОЧКА5:Разно.

По однос на оваа точка од дневниот ред беа разгледани два дописи до Програмскиот совет на МРТ:

-Програмски интерес за емитување на фестивалот „Нота Фест“ со бр.14-7362/2 од 02.12.2022 година.

-Одлука за избор на програма со бр.02-7035/2 од 23.11.2022 година.

Исто така по оваа точка беше побарана и Информација за изборот, критериумите и текот на „Детскиот Евросонг 2022“ кој се одржа во Ереван, Ерменија.

Седницата заврши во 13.10 часот.

Записничар
А.Алулоски

Програмски совет на МРТ

проф.д-р Смилка Јанеска Саркањац
претседател