
Препоръка(2007)15 на Комитета на министрите за медийното отразяване на изборителните кампании

ПРЕПОРЪКА CM/Rec (2007) 15

на Комитета на министрите до държавите-членки

относно мерките за медийното отразяване на изборителни кампании

(приета от Комитета на министрите на 7. XI. 2007 г. на 1010та среща на представителите)

Комитетът на министрите при условията на чл.15 b от Статута на Съвета на Европа,
Като отбелязва важната роля на медиите в съвременните общества особено по време на избори;

Като взе предвид постоянното развитие на информационните и комуникационните технологии и променящия се медиен пейзаж, изискващи преразглеждане на Препоръка № R (99) 15 на Комитета на министрите относно мерките за медийно отразяване на изборителни кампании;

Със съзнанието, че трябва да се отчетат значителните разлики, които съществуват между печатните и електронните медии;

Като разгледа различията между линейните и не-линейните аудиовизуални медийни услуги и по-специално по отношение на техния обхват, въздействие и начин на ползване;

Като подчертава, че основният принцип на редакционна независимост на медиите придобива специално значение в периоди на избори;

Като подчертава, че отразяването на изборите от електронните медии трябва да бъде честно,балансирано и безпристрастно;

Като припомня основните принципи на Резолюция № 2, приета от Четвъртата конференция на европейските министри по въпросите на политиката в областта на мас-медиите (Прага, декември 1994) и Препоръка № R(96) 10 на Комитета на министрите относно гаранциите за независимостта на общественото радиоразпръскване;

Като отбелязва възникването на обществените медии в информационното общество, както е детайлизирано в Препоръка Rec (2007)3 на Комитета на министрите относно функцията на обществените медии в информационното общество;

Като смята, че обществените медии са източник на информация, който се отчита пред обществото и има специалната отговорност да гарантира честното, балансирано и пълно отразяване на изборите в програмите си, което може да включва предаването на послания на политически партии и кандидати безплатно и при справедливи условия;

Като отбелязва, че трябва да се обърне специално внимание на някои специфични черти на отразяването на изборителните кампании, като разпространението на проучвания на общественото мнение, платена политическа реклама, правото на отговор, дните за размисъл и осигуряването на предизборно време;

Като подчертава важната роля на мерките за саморегулиране, приети от самите медийни специалисти, например под формата на етични кодекси, които дават насоки за добри практики за отговорно, точно и честно отразяване на изборителните кампании;

Като признава, че мерките за регулиране и саморегулиране в тази област се допълват;

Убеден, че подходящите рамки за медийното отразяване на изборите са полезни и допринасят за провеждането на свободни и демократични избори, като се имат предвид различните правни и практически подходи в тази област, прилагани от държавите членки, както и обстоятелството, че отразяването може да бъде обект на въздействие на различни клонове на правото;

Като признава, че всяка рамка за регулиране на медийното отразяване на изборите трябва да спазва основния принцип на свобода на изразяване, гарантиран от чл.10 на Европейската конвенция за правата на човека и основните свободи в светлината на тълкуването му от Европейския съд за правата на човека;

Като припомня Препоръка Rec (2004)16 на Комитета на министрите относно правото на отговор в новата медийна среда, която дава възможност за лесен, незабавен или бърз начин за поправка на оспорената информация;

ПРЕПОРЪЧВА на правителствата на държавите-членки, ако не са направили още това, да потърсят начини да гарантират спазването на принципите, изложени по-долу, относно отразяването на избирателни кампании от медиите и където е необходимо, да приемат подходящи мерки за прилагането на тези принципи във вътрешното законодателство или практика и в съответствие с конституционното право.

Определения

За целите на настоящата препоръка:

Терминът "медии" се отнася до тези, които отговарят за периодичното създаване на информация и съдържание и за тяхното разпространение и имат редакционна отговорност за тях, независимо от средствата и технологията, използвани за предаването им, като информацията и съдържанието са предназначени за значителна част от публиката и могат да имат ясно въздействие върху нея. Те биха могли да обхващат печатните медии (вестници, периодични издания), медии, разпространявани от електронни комуникационни мрежи, като например електронните медии (радио, телевизия и други линейни аудиовизуални медийни услуги), новинарски услуги он-лайн (като он-лайн издания на вестници и информационни бюлетени), както и не-линейни аудиовизуални медийни услуги (като телевизия по поръчка).

Обхват на препоръката

Принципите на тази препоръка се прилагат по отношение на всички видове политически избори, които се провеждат в държавите-членки, вкл. президентски, парламентарни, регионални и където е приложимо – местни и референдуми.

Тези принципи трябва също така да се прилагат, където това е уместно, по отношение на медиите, които отразяват избори в чужбина, специално когато тези медии се обръщат към хора от страната, където се провеждат изборите.

Принципите в настоящата препоръка се прилагат също така в държавите-членки, където понятието за предизборен период се определя според националното законодателство.

Принципи

» I. Общи разпоредби

» 1. Ненамеса на държавните органи

Държавните органи трябва да се въздържат от намеса в работата на журналистите и на другите работещи в медиите с цел да повлияят на изборите.

» 2. Защита срещу атаки, заплашвания или други видове незаконен натиск върху медиите

Държавните органи трябва да предприемат подходящи стъпки с оглед ефективната защита на журналистите, работещите в медиите и сградата им поради огромното им значение по време на избори. В същото време защитата не трябва да пречи на медиите да вършат своята работа.

» **3. Редакционна независимост**

В регулирането на медийното отразяване на изборите трябва да се спазва принципът за редакционна независимост на медиите.

Държавите-членки трябва да осигурят ефективното и открито разделение между упражняването на контрол върху медиите и вземането на решения относно медийното съдържание, както и упражняването на политическа власт или влияние.

» **4. Собственост от страна на държавните органи**

Държавите-членки трябва да вземат мерки, за да могат медиите, които са публична собственост, да отразяват избирателните кампании по честен, балансиран и безпристрастен начин, без да изразяват предпочитание или да поддържат определена политическа партия или кандидат.

Ако същите медийни източници приемат платена политическа реклама в публикациите си, те трябва да осигурят такива условия, които позволяват всички политически претенденти и партии, изявяващи желание да закупят рекламno време, да бъдат третирани по еднакъв начин и без дискриминация.

» **5. Професионални и етични стандарти на медиите**

Всички медии трябва да бъдат насърчавани да разработят механизми за саморегулиране и да включат професионални и етични стандарти при отразяването на избирателните кампании, които да обхващат уважението към принципите на човешкото достойнство и забраната за дискриминация. Тези стандарти трябва да отразяват специалната роля и отговорност на медиите в демократичните процеси.

» **6. Прозрачност на медиите и достъп до медиите**

Ако медиите приемат платена политическа реклама, нейната разпознаваемост трябва да бъде гарантирано чрез мерки за регулиране и саморегулиране.

Ако медиите са собственост на политически партии или на политици, държавите-членки трябва да гарантират прозрачността ѝ пред публиката.

» **7. Право на отговор или други подобни средства**

Поради кратката продължителност на избирателните кампании всеки кандидат или политическа партия, които имат право на отговор или на други подобни средства според националното законодателство или система, трябва да могат да ги упражнят по време на избирателния период без необосновано закъснение.

» **8. Проучване на общественото мнение**

Когато се разпространяват проучвания на общественото мнение, със средствата на

регулирането и саморегулирането трябва да се гарантира, че медиите предоставят на публиката достатъчно информация, за да може тя да направи оценка за качеството на проучванията. Тази информация трябва по-специално:

- да съдържа името на политическата партия или друга организация или лице, които са възложили и платили за проучването;
- да удостовери коя е организацията, провела проучването, както и приложената методология;
- да посочи извадката и допустимата грешка на проучването;
- да посочи датата и/или периода, когато е било проведено проучването.

Всички останали въпроси относно начина, по който медиите представят резултатите от проучванията на общественото мнение, трябва да бъдат решавани от самите медии.

Всяко ограничение на държавите-членки, което забранява публикуването/разпространението на проучванията на общественото мнение (относно намеренията на гласоподавателите), по време на изборния ден или няколко дни преди изборите трябва да бъде в съответствие с чл.10 от Европейската конвенция за правата на човека и основните свободи и неговото тълкуване от Европейския съд за правата на човека.

В подобен ред, когато става дума за крайните изборни резултати, държавите-членки могат да обсъдят възможността да забранят отразяването им, докато не бъдат затворени всички изборни секции в страната.

» 9. Ден за размисъл

Държавите-членки могат да обсъдят предимствата от включването в правилата за регулиране на разпоредба, която забранява разпространението на партийни изборни послания в деня, предшестваш изборите или да предвидят възможност за тяхното коригиране.

» II. Мерки относно електронните медии

» 1. Общи разпоредби

По време на изборните кампании регулирането трябва да насърчава и да улеснява многообразието на изразени мнения чрез електронните медии.

Като спазва съответно редакционната независимост на предаващите организации, регулирането трябва също така да закрепи задължението за честно, балансирано и безпристрастно отразяване на изборните кампании във всички програмни услуги на предаващите. Подобно задължение трябва да се прилага към обществените и към частните предаващи организации в рамките на обхвата на разпространението им.

Държавите-членки могат да се отклонят от тези мерки по отношение на електронните медийни услуги, които са предназначени изключително за реклама на политическа партия или кандидат и ясно се разпознават като такива.

2. Новинарски и публицистични програми

Ако саморегулирането не съдържа подобни правила, държавите-членки трябва да приемат мерки, които да предвиждат, че по време на изборния период обществените медии и частните предаващи организации трябва да бъдат честни, балансирани и безпристрастни в своите новинарски и публицистични програми, вкл. в дискусийните

програми като интервюта и дебати.

В такива програми към държавните органи не трябва да има особено привилегировано отношение. Подобни въпроси трябва основно да бъдат решавани чрез подходящи мерки за саморегулиране. Във връзка с това държавите-членки могат да проучат дали да предоставят правомощия на съответните органи, контролиращи отразяването на изборите, да се намесват, за да поправят възможните несъответствия, където е практически възможно.

» **3. Не-линейни аудиовизуални услуги на обществените медии**

Принципите по т.1 и 2 по-горе или подобни разпоредби трябва да бъдат прилагани от държавите-членки към не-линейните аудиовизуални медийни услуги на обществените медии.

» **Безплатно време и еднакво присъствие на политическите партии/кандидати в обществените медии**

Държавите-членки могат да проучат дали е препоръчително да включат в регулирането разпоредби, по силата на които обществените медии могат да предоставят безплатно време в техните програми и в други линейни аудиовизуални медийни услуги и/или равностойно участие в техните нелинейни аудиовизуални медийни услуги на политически партии/кандидати по време на изборителния период.

Когато е дадено подобно време и/или равностойно участие, това трябва да стане по честен начин, без дискриминация и въз основа на прозрачни и обективни критерии.

» **Платена политическа реклама**

В държавите-членки, в които на политическите партии и кандидатите е разрешено да купуват рекламno време за изборни цели, регулирането трябва да гарантира, че всички състезаващи се партии имат възможността да направят това съгласно равни условия и тарифи.

Държавите-членки могат да обсъдят възможността да включат разпоредба, ограничаваща обема на политическата реклама като място и време, която дадена партия или кандидат могат да купят.

Редовни водещи в новинарски и публицистични предавания не могат да вземат участие в платена политическа реклама.