

Българска телеграфна агенция
08.09.2014 г.

Повечето медии не публикуват договорите и тарифите с участниците в предизборната кампания, съобщиха участници в Гражданския борд за свободни и прозрачни избори

Най-големите телевизии, повечето онлайн издания и някои ежедневници не са публикували договорите с участниците в предизборната кампания, макар че платените публикации вече могат да се видят. Това каза Антоанета Цонева, управител на УС на Института за развитие на публичната среда, по време на днешното трето заседание на Гражданския борд за свободни и прозрачни избори в МС. По думите ѝ вестниците "Монитор" и "Телеграф" не дават никаква информация за тези договори и тарифи.

В предходни предизборни кампании 50 - 58 процента от медиите са публикували договорите с участниците в тях и тарифите, с които работят, а сега само към 38 процента от медиите ги публикуват, посочи представител на "Прозрачност без граници".

Георги Лозанов, председател на Съвета за електронни медии, добави, че СЕМ ще обяви следващата седмица кои медии не са публикували тарифите и договорите с участниците в предизборната кампания. Важната ни цел е връщане на ролята на журналистиката в предизборната кампания, а тя минава през свободните журналистически форуми, каза Георги Лозанов. Той подчерта, че платената кампания в медиите става все по-малко ефективна и не формира нов вот.