

СЕМ ще изготви списък на медиите, непубликували предизборните си договори

СЕМ ще изготви списък на медиите, непубликували договорите си с участниците в изборите. Това каза председателят на СЕМ Георги Лозанов по време на третото заседание на Гражданския борд за свободни и прозрачни избори, предаде „Фокус“.

Темата на днешното заседание е отразяване на предизборната кампания чрез доставчиците на медийни услуги. По думите му тези медии, които не са изпълнили изискванията, трябва да предприемат съответните действия. По думите на Георги Лозанов се вижда, че колегията е деморализирана в това отношение и за съжаление трябва ад бъде морализирана по пътя на санкциите.

Междинните резултати от наблюдението, което Асоциация „Прозрачност без граници“ извършва, показват, че от 180 медии – национални, регионални, местни медии в цялата страна, едва 37,7% са изпълнили изискването за публикуване на тарифите за отразяване на предизборните кампании, съобщиха от асоциацията.

"В последствие има тенденция за публикуване на някои от тарифите, но така или иначе към датата, която Изборният кодекс изисква за едно такова действие от страна на медиите, разпоредбите не се спазват стриктно. Сравнението на данните с предходни предизборни кампании показва, че ситуацията се променя в негативна посока. Докато на предходните избори съвкупният дял на тези медии, които изпълняват изискването за публикуване на обособени тарифи за предизборните кампании, варира от 50 до 56%, то сега виждаме, че само 38% от медиите са спазили това изискване", каза Катя Михайлова, преподавател в УНСС и представител на ГИСДИ.

От асоциацията изтъкнаха, че публикуването на договорите с участниците в предизборната кампания не е самоцел. Те са средство, за да може аудиторията да си състави ясна картина за това с какви реални средства и по какъв начин се включват в кампанията със своите финансови ресурси партиите, коалициите и инициативните комитети.

„Нашият мониторинг започна веднага след началото на предизборната кампания и е ориентиран в две посоки. Ние следим дали електронни, печатни медии и онлайн издания публикуват своите договори с участниците в изборите. Към днешния момент най-големите телевизии не са публикували такива договори, въпреки че платено съдържание тече видимо по част от тях”, каза Антоанета Цонева от Института за развитие на публичната среда.