

**Георги Лозанов: Има риск враждебната реч да се използва за натрупване на вот**

Има риск в ситуацията на бежанска криза и вътрешни етнически конфликти, в която се намираме, политически субекти да се възползват от враждебна реч за натрупване на вот.

Това каза председателят на Съвета за електронни медии доц. Георги Лозанов по време на подписването на споразумение с Централната избирателна комисия във връзка с предстоящите местни избори.

„Заради бежанската вълна, заради вътрешни конфликти с етнически аспект има тенденция да нараства употребата на враждебна реч. Има риск политически субекти да се възползват от това за трупване на вот”, заяви той. Доц. Лозанов посочи, че това не е просто непозволена практика, а е незаконно и дори подсъдно от гледна точка на Наказателния кодекс, а от гледна точка на Закона за радио и телевизия има инструменти това да бъде ограничено.

„Преди всичко е важно самосъзнанието на участниците в кампанията. Въпрос на цивилизованост е да не се употребява враждебна реч и да не се възползват от този незаконен начин, за да влияят на обществото”, добави още той.

За аудиторията трябва да е ясно кои от предизборните послания са платени и кои стигат до тях на база на независимата журналистика, посочи още Лозанов.

Той призова за равни условия на достъп за политическите партии и кандидатите в медийното пространство и припомни, че Съветът за електронни медии следи за спазването на тази равнопоставеност чрез своя мониторинг.

„Важен елемент от тези условия на достъп е публикуването на тарифите, които гарантират финансовата страна на тази равнопоставеност. Затова отправяме едно предупреждение към медиите, че има срокове за публикуването на тарифите и че в предишни медии имаше медии, които не изпълняваха това задължение в срок. Използваме случая да подсетим тези, които може би са се разсеяли”, заяви Лозанов.

По думите му, друга много важна характеристика, която ще бъде следена от Съвета е означаването на платената част от кампанията.

„Това е голям проблем, който се е натрупвал през целия преход и дълго време не беше ясно за зрителя и слушателя до къде кампанията е платена и до къде стига свободната, независима журналистика. Този проблем продължава да съществува и затова в това отношение има по-конкретни изисквания, за които нашият мониторинг следи”, добави Лозанов.

„Честно е, нормално е и няма как да е друго, освен зрителя и слушателя да знаят коя част от посланията стигат до него на базата на това, че са платени и коя част са резултат на журналистически труд, позиция и редакционна независимост, защото така е през цялото останало време и няма никаква логика точно по време на предизборната кампания това изискване да отпадне”, каза още той.