

БСП готви цензура по време на избори

Дни преди оставката 3-ма червени депутати внесоха промени за медийна секира в Изборния кодекс

Смушаващи предложения за цензура в медиите по време на предизборни кампании предлагат депутати от БСП с проектопромени в Изборния кодекс.

Текстовете са внесени днес, 18 юли, в Народното събрание от **Мая Манолова, Мартин Захариев и Стефан Данаилов** (*пълния текст на проектозакона виж най-долу*).

Това е поредният опит на управляващата левица да посегне на свободата на медиите по време на краткия ѝ едногодишен мандат.

Тримата вносителите предлагат създаване на **нов член 177а** в Изборния кодекс, озаглавен **"Редакционна отговорност"**.

Той гласи, че всички медии (тв, радио, печат, онлайн) носят редакционна отговорност **да не накърняват правата и доброто име на участниците в предизборните кампании**. Отговорност не се носи само ако този вид информация е дошла по официален ред, цитат е от официални документи или точно възпроизвежда публични изявления.

Това означава, че медиите попадат директно под ударите на закона, ако публикуват например разследвания или информация, дошла от други източници, извън партийните или институционални пресцентрове.

И сега в законовата уредба съществува възможност кандидатите в изборните кампании да се защитят срещу клевети и накърняване на доброто име, като заведат дело за клевета. Толкова рестриктивен текст, указващ на медиите какво имат право да пишат по време на кампания, се появява за пръв път.

"При цитиране на документи не се допускат изменения", "Новините като информационни факти трябва да бъдат разграничавани от коментарите към тях", добавят още законодателите.

Тези два принципа, както и подкрепянето на всеки материал с добре обосновани факти и източници, са сред основните журналистически принципи. В повечето развити страни те се спазват вследствие на вътрешноредакционни правила и саморегулация на медийния пазар (по силата на т.нар. етични кодекси например). Демократичните общества за узрели за факта, че пряката законова регулация на медийното съдържание твърде лесно може да премине в цензурата.

У нас в момента има само един действащ медиен закон - този за радиото и телевизията (ЗРТ). Както става видно от името му, той касае само електронните медии. Дори в него някои от изискванията към медийното съдържание, като например за плурализъм на мненията, се отнасят само за държавните БНТ и БНТ, но не и за частните медии.

Поправките на Манолова, Захариев и Данаилов, за разлика от ЗРТ, обхващат всички по вид разпространение и собственост медии.

В проектозакона е записано, че ЦИК ще контролира провеждането на предизборната кампания от радиата и телевизиите посредством специализирания мониторинг на СЕМ. За печатните и онлайн изданията мониторингът ще се извършва от юридическо лице с нестопанска цел, регистрирано като наблюдател. Жалби за нарушения ще се внасят в ЦИК.

Поставят се и по-строги изисквания за платеното отразяване на предизборни събития. Те ще трябва да се обозначават с надпис или озвучаване, гласящи "Платено съобщение". Видът на знака за платени съобщения всяка медия ще трябва да публикува преди началото на кампанията заедно с тарифите и условията, които предлага за тази услуга.

Онлайн медиите и пресата трябва да предоставят едни и същи условия и цени на всички партии, като ги публикуват не по-късно от 40 дни преди изборите. Заплащането се извършва предварително, изрично е записано в предложението.

Този текст също е озадачаващ, макар опитът за по-голяма прозрачност при платеното отразяване на кампании да е похвален. Не става ясно заплащането преди началото на кампанията ли трябва да се извърши и защо - закуп. Авторите не се мотивират защо настояват за предварително заплащане между страни и защо изобщо влизат в ролята на някакъв вид пазарен регулатор. Още повече - публична тайна е, че рекламата в медиите често се плаща разсрочено или с месеци закъснение.

Ако бъдат хванати в нарушение за необявяване на тарифи и договори, медиите могат да бъдат нарушени с **между 20 000 и 50 000 лева**.

В мотивите към поправките вносителите посочват, че целят гарантирането на прозрачността на финансирането на медиите и взаимодействието им с партиите, коалициите и независимите кандидати по време на предизборната кампания като един от основните принципи на демокрацията.

"Констатираните дефицити по време на Евроизбори 2014 г. налагат изравняването на административно-правния статус на печатните медии и онлайн новинарските услуги с обществените и търговските електронни медии – лицензираните или регистрираните обществени или търговски доставчици на аудио-визуални медийни услуги или радиоуслуги в няколко основни аспекта. Сред тях са редакционната отговорност, съдържанието и представянето на платените и безплатните форми, прозрачността във финансирането на всички медии по време на предизборната кампания, осъществяването на контрол при спазването на Изборния кодекс", пишат вносителите.

Пълният текст на проектопромените:

РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ
ЧЕТИРИДЕСЕТ И ВТОРО НАРОДНО СЪБРАНИЕ

Проект
Закон за изменение и допълнение на Изборния кодекс

Обн., ДВ, бр. 19 от 2014 г., изм., бр. 35 и бр. 53 от 2014 г.

§ 1. В чл. 57, ал.1 се правят следните изменения и допълнения:
1. Точки 23 и 24 се изменят така:

„23. контролира провеждането на предизборната кампания от доставчиците на медийни услуги – обществени и търговски електронни медии, печатните медии и онлайн новинарски услуги;

24. за осъществяване на контрола по т. 23 и установяване на нарушения от доставчиците на медийни услуги – обществени и търговски електронни медии, изисква информация от Съвета за електронни медии за извършения специализиран мониторинг, чийто обем и параметри се определят по споразумение между комисията и Съвета за електронни медии, сключено преди откриване на предизборната кампания, независимо от териториалния обхват на програмите; в случай че мониторингът се отнася до доставчик на медийни услуги, който не е с национален обхват, комисията изпраща информацията от мониторинга до компетентната избирателна комисия;”
2. Създава се нова т. 24а:

„24а. за осъществяване на контрола по т. 23 и установяване на нарушения от печатни медии и онлайн новинарски услуги, възлага с конкурс специализиран мониторинг в определен обем и параметри на юридическо лице с нестопанска цел, регистрирано като наблюдател, и изисква своевременна информация за дейността на печатните медии и онлайн новинарски услуги в предизборната кампания.”

§ 2. Създава се нов чл. 177а:

„ Редакционна отговорност

177а. (1) Доставчиците на медийни услуги – обществени и търговски електронни медии, печатните медии и онлайн новинарски услуги носят редакционна отговорност за съдържанието на разпространяваните от тях медийни услуги, свързани с предизборната кампания, като не допускат накърняване на правата и доброто име на друго, призоваване към насилствена промяна на конституционно установения ред, към извършване на престъпления, към разпалване на вражда или към насилие над личността.

(2) Доставчиците на медийни услуги – обществени и търговски електронни медии, печатните медии и онлайн новинарски услуги не носят отговорност за разгласени сведения и за тяхното съдържание, когато те са:

1. получени по официален ред;
2. цитати от официални документи;
3. точно възпроизвеждане на публични изявления.

(3) При цитиране на документи не се допускат изменения.

(4) Новините като информационни факти трябва да бъдат разграничавани от коментарите към тях.”

§ 3. В чл. 179 се създават алинеи 2 и 3:

„(2) Доставчиците на медийни услуги – обществени и търговски електронни медии публикуват на своята интернет страница заедно с условия, ред, време и тарифи за платено отразяване на предизборната кампания избрания от тях визуален, звуков или аудио-визуален знак за обозначаване на платеното съдържание.
(3) Знакът задължително включва надпис или звуково съобщение „Платен материал”.”

§ 4. Създава се нов чл. 186а:

„Платени и безплатни форми

Чл. 186а. По време на предизборната кампания печатните медии и онлайн новинарски услуги могат да използват платени и безплатни форми на отразяване на предизборната кампания на партиите, коалициите и инициативните комитети, регистрирали кандидати.”

§ 5. Чл. 187 се изменя и допълва така:

1. Досегашният чл. 187 става ал. 1 и се изменя така:

„(1) Печатните медии и онлайн новинарските услуги предоставят едни и същи условия, ред и цени на всички партии, коалиции и инициативни комитети, регистрирали кандидати за платено отразяване на предизборната кампания, които се обявяват на интернет страницата им не по-късно от 40 дни преди изборния ден и се изпращат незабавно на Сметната палата и на Централната избирателна комисия. Заплащането се извършва предварително.”

2. Създава се нова ал. 2:

„(2) Печатна медия или онлайн новинарска услуга, която не обяви в указания срок условия, ред и цени за платено отразяване на предизборната кампания няма право да сключва договори за платено отразяване с политически партии, коалиции и инициативни комитети, регистрирали кандидати.”

§ 6. Създава се нов чл. 188а:

„Забрана за търговска реклама

Чл. 188а. В търговска реклама се забранява да се отправят политически внушения в полза или във вреда на една или друга партия, коалиция или инициативен комитет или кандидат.”

§ 7. В чл. 198 се създава нова ал. 7:

„(7) Търговски доставчик на аудио-визуални медийни услуги или радиоуслуги, който не обяви в срок условията за платено отразяване на предизборната кампания, няма право да сключва договори за платено отразяване с политически партии, коалиции и инициативни комитети, регистрирали кандидати.”

§ 8. Чл. 200 се изменя и допълва така:

1. Алинеи 1 и 2 се изменят така:

2. „(1) При нарушаване на реда за провеждане на предизборната кампания от печатните медии, онлайн новинарските услуги и доставчиците на медийни услуги – обществени и търговски електронни медии партиите, коалициите и инициативните комитети, организациите, регистрирали наблюдатели – чрез лицата, които ги представляват, или чрез упълномощени от тях лица, както и гражданите могат да подават сигнал или жалба в срок до 24 часа след констатиране на съответно нарушение на реда за провеждане на предизборната кампания.
- (2) Жалбата се подава до:
3. 1. Централната избирателна комисия за доставчик на медийни услуги – обществена и търговска електронна медия с лицензия или регистрация с национален обхват, национална печатна медия и онлайн новинарски услуги, както и когато нарушението е извършено в повече от един избран район;
2. районната избирателна комисия или общинската избирателна комисия по седалището на доставчика на медийни услуги – обществена и търговска електронна медия, когато доставчикът има лицензия или регистрация с регионален или местен обхват, или регионалната печатна медия.”
- 2.Алинеи 4 и 5 се изменят така:
4. „(4) Компетентната избирателна комисия разглежда сигнала или жалбата в срок до 24 часа от получаването им, а в изборния ден – незабавно, и постановява решение.
- (5) При нарушаване на реда за провеждане на предизборната кампания от доставчиците на медийни услуги – обществени и търговски електронни медии, печатните медии и онлайн новинарските услуги компетентната избирателна комисия може да предприема действия срещу нарушителите и по своя инициатива.”
3. Създава се нова ал. 6:
5. „(6) Компетентната избирателна комисия регистрира сигнала или жалбата в публичен електронен регистър незабавно след получаването им и своевременно публикува своето решение, като отразява движението по административното производство до окончателното произнасяне на съда.”

§ 9. Създава се нов чл. 474а

„Нарушение на забраната за сключване на договори за платено отразяване Чл. 474а. Който наруши забраната на чл. 187, ал. 2 и чл. 198, ал. 7 за сключване на договори, се налага имуществената санкция в размер от 20 000 до 50 000 лв.”

Вносители:

Мартин Захариев
Мая Манолова
Стефан Данаилов