



## **Коментари организације ЦРТА на Нацрт правилника о начину извршавања обавеза јавних медијских сервиса током предизборне кампање**

Други круг јавне расправе, 24. децембар 2019. године

Текст Нацрта правилника о начину извршавања обавеза јавних медијских сервиса током предизборне кампање представља незнатно измењену верзију одредаба раније важећег Правилника о обавезама ПМУ током предизборне кампање и не доприноси унапређењу медијске регулације током изборне кампање. Нацрт даје само опште смернице о раду јавних медијских сервиса у току предизборне кампање, без ближих прецизирања многих термина или активности политичких субјеката.

Истовремено, као најзначајнији недостатак овог акта издваја се чињеница да Правилник за предмет нема регулисање обавеза комерцијалних пружалаца медијских услуга, који такође информису о предизборној кампањи. Одлука РЕМ-а да не обухвати комерцијалне ПМУ обавезујућим правним актом нарочито је спорна када се има у виду да комерцијални ПМУ нису изузети од обавезе да током кампање обезбеде свим регистрованим политичким странкама, коалицијама и кандидатима заступљеност без дискриминације. РЕМ има обавезу (чл. 60 ЗЕМ) да општим правним актом ближе уреди правила за извршавање законске обавезе пружалаца медијских услуга да у току предизборне кампање да регистрованим политичким странкама, коалицијама и кандидатима обезбеди заступљеност без дискриминације (чл. 47 став 1 тачка 5 ЗЕМ) као и да изрекне меру онима који се правила не придржавају (чл. 28 став 1 ЗЕМ).

## **Коментари појединачних решења**

### **Члан 2**

У погледу дефиниције избора, предизборне кампање, подносилаца изборне листе/предлога кандидата, политичког субјекта, политичких странака и коалиција, Правилник упућује на одредбе Закона о избору народних посланика. Термин „предизборна“ кампања у Србији постоји искључиво у медијским законима (Закону о електронским медијима и Закону о ЈМС). Уколико је намера била сходна примена правила прописа у којима је дефинисана изборна кампања, онда је потребно позивање на правила прописана Законом о финансирању политичких активности, будући да је временски оквир изборне кампање прописан управо овим законом а не Законом о избору народних посланика, на чију примену упућује Правилник.

#### Члан 4.

##### **Забрана прикривеног или посредног препоручивања изборних листа или кандидата**

Правилником није ограничено емитовање активности функционера који су истовремено кандидати или истакнути представници подносилаца изборне листе у информативном, забавном или другом програму у току трајања предизборне кампање. Међународни стандарди у овој области су јасни и усмерени ка забрани емитерима да омогуће привилеговани положај носиоцима јавних функција.

У том смислу, Препоруком бр. R (99) 15 Комитета министара државама чланицама о мерама у вези са извештавањем медија о предизборним кампањама предвиђено је да пружаоци медијских услуга у предизборним периодима треба да буду нарочито правични, уравнотежени и непристрасни у својим информативним емисијама и вестима, укључујући и емисије посвећене дискусијама, као што су интервјуи и дебате. Електронски медији не треба да обезбеђују повлашћен третман органима власти у таквим програмима.

Додатно, према Препоруци CM/REC (2007) 15 Комитета министара Савета Европе државама чланицама о мерама у вези са медијским праћењем изборних кампања пружаоци медијских услуга, јавни медијски сервиси и комерцијални медији, **не смеју да пружају привилегован третман јавним властима у предизборним програмима.**

Супротно томе, Нацртом Правилника је јавним медијским сервисима прописана неодређена обавеза да, када извештавају о редовним активностима функционера, поведу рачуна о новинарској етици, професионализму и објективности. Сваки новинар је у свако доба дужан да води рачуна о новинарској етици, професионализму и објективности и уношење ове одреднице у Правилник не успоставља никакве нове нити прецизније обавезе у вези са извештавањем о активностима функционера током предизборне кампање.

Препоруком (2007)15 Комитета министара Савета Европе предвиђено је да „У свом програму, емитери не би требало да дају повлашћени дати третман јавним властима. То питање првенствено треба да се решава одговарајућим саморегулаторним мерама. **У случају потребе, државе чланице би могле да размотре да ли, тамо где је то изводљиво, тела надлежна за контролу извештавања о изборима треба да имају овлашћење да интервенишу како би се отклонили евентуални пропусти**“. Имајући у виду чињеницу да је у налазима посматрања изборне кампање 2017. године, мисија КДИЈП приметила је да је „*уопштено гледајући, већина медија о кампањи извештавала пристрасно, при чему су садржајем доминирале теме о активностима владајуће структуре, нарочито премијера*“ те да „*гледаоци нису могли јасно да разграниче о којим се активностима извештава као делу обављања званичних дужности а о којима као делу промоције кандидатуре господина Вучића*“, **јасно је да у Србији постоји не само могућност већ и неопходност да регулаторно тело развије правила којима ће се зауставити пракса која учеснике избора који нису функционери ставља у неравноправан положај.**

Препорука бр. R (99) 15 Комитета министара државама чланицама о мерама у вези са извештавањем медија о предизборним кампањама каже да „посебну пажњу треба

поклонити програмима који не спадају у информативне емисије и вести и који нису директно везани за предизборну кампању, али такође могу да утичу на став бирача“, те би било сврсисходно да се предложени члан 4. прошири и у том правцу.

## Члан 5.

### Информисање о предизборним активностима подносилаца изборних листа и кандидата

Прецизирање заступљености без дискриминације одредницом „уз поштовање принципа пропорционалне једнакости при чему је потребно остварити усклађеност програма са значајем политичких странака односно кандидата“, без одређивања начина на који ће се одређивати значај политичког субјекта, јасно указује на то да ће остати ствар уредничке процене коме од кандидата припада колико удела у предизборном програму.

Обавезе ЈМС током кампање нису одређене само Законом о електронским медијима, већ и Законом о јавним медијским сервисима. Конкретно, чланом 7. став 1. тачка 8. овог Закона прописано је да је, између осталог, **бесплатно и једнако представљање политичких странака, коалиција и кандидата који имају потврђене изборне листе за републичке, покрајинске или локалне изборе, у време предизборне кампање јавни интерес** који јавни медијски сервис остварује кроз своје програмске садржаје.

Законодавац није препустио РЕМ-у да ближе одреди шта је јавни интерес који ЈМС остварује кроз своје програмске садржаје. Из тог разлога, **једнакост** прописана цитираном законском одредбом не може бити интерпретирана никако другачије него као **једнакост у стриктном смислу**.

Предност коју стичу листе чији кандидати односно истакнути представници стичу као носиоци јавних функција који се у обављању својих редовних активности појављују у програмима пружалаца медијских услуга не може бити у потпуности анулирана али мора бити сведена на најмању могућу меру. Из тог разлога, у предизборном програму, нарочито када се ради о програму ЈМС, потребно је обезбедити свим учесницима заступљеност по принципу стриктне једнакости.

Коначно, будућим Правилником треба јасно обавезати ЈМС да обавезу бесплатног представљања свих листа односно кандидата прецизирају на тај начин што би ЈМС били обавезани да представљање подносилаца изборних листа и кандидата са изборних листа, као и изношење и образлагање изборног програма подносилаца тих листа (чл. 49. ЗИНП) **обезбеде на оном свом програму који има највећу гледаност** и то за све подносиоце изборних листа под једнаким условима

## Члан 6.

### Информисање о току избора и истраживања јавног мњења

Нацртом Правилника прописан је начин информисања о току избора и истраживања јавног мњења који не уважава међународне стандарде који се односе на транспарентност података о наручиоцу и спроводиоцу истраживања, о примењеној методологији и узорку као и о периоду у коме је истраживање спроведено.

Савет Европе је у две своје препоруке - Препоруком бр. R (99) 15 и Препоруком CM/REC (2007) 15 Комитета министара државама чланицама о мерама у вези са извештавањем медија о предизборним кампањама - дао детаљно упутство о томе на који се начин информисање о току избора и о истраживањима јавног мњења врши у предизборним кампањама:

„Регулаторни или саморегулаторни оквири треба да обезбеде да медији приликом објављивања резултата испитивања јавног мњења дају јавности информације које су довољне да се донесе суд о вредности тих испитивања јавног мњења. Те информације би нарочито могле да:

- именују политичку странку или неку другу организацију или лице које је наручило и платило испитивање јавног мњења;
- наведу назив организације која је спровела испитивање јавног мњења и методологију која је примењена;
- наведу на ком је узорку спроведено испитивање јавног мњења и колика су могућа одступања;
- наведу датум и/или период када је испитивање јавног мњења спроведено.

Сва друга питања која се тичу начина на који медији презентирају резултате испитивања јавног мњења треба да остану у њиховој надлежности. Сва ограничења која примењују државе чланице да би забраниле објављивање/ емитовање резултата испитивања јавног мњења (о расположењу бирача) на дан избора или неколико дана пре избора треба да буду у складу са чланом 10 Европске конвенције о људским правима, онако како га тумачи Европски суд за људска права.

Исто тако, када је реч о испитивањима јавног мњења спроведеним приликом изласка са биралишта да би се показало како су бирачи гласали, државе чланице би могле да размотре могућност забране изношења резултата тих анкета у медијима пре затварања свих бирачких места у земљи.“

Стога је предлог организације „ЦРТА“ да се члан 6 у коначној верзији Правилника усагласи са међународним стандардима и прецизно дефинише правила за информисање о току избора и презентовању истраживања јавног мњења у току предизборне кампање.

## **Члан 9.**

### **Оглашавање**

Нацртом Правилника пропуштено је да се прецизира који су то „једнаки програмски, технички и финансијски услови“ под којима ће јавни медијски сервис емитовати политичке огласне поруке свих заинтересованих подносилаца изборних листа и кандидата. Сваку ставку је неопходно посебно дефинисати, односно предвидети да се под дискриминацијом нарочито сматра:

- Обезбеђивање једној изборној листи више од једне четвртине укупног броја термина који се под комерцијалним условима нуде политичким странкама, коалицијама и организацијама за промоцију на одређеном програму пружалаца медијских услуга;
- Различите цене политичког оглашавања за различите странке, коалиције или организације које учествују у изборима;
- Повољнији, односно неповољнији термини за објављивање политичког оглашавања.

Регулатор је пропустио и да предвиди обавезе ЈМС да јавно, унапред, објаве ценовнике оглашавања, број и трајање програмских целина (програмских сегмената/термина) у предизборној кампањи као и услове плаћања, те да учесницима у кампањи омогуће оглашавање под истим финансијским и техничким условима.

Коначно, Правилником треба предвидети обавезу ЈМС да 30 дана након предизборне кампање на својој интернет страни објаве детаљан финансијски извештај који садржи податак о наручиоцима огласних порука, износу плаћених огласних порука, одобреним попустима, броју закупљених секунди и терминима емитовања огласних порука за сваког појединачног учесника избора.

Обе раније наведене Препоруке Савета Европе прописују следећи међународни стандард:

„У државама чланицама у којима је политичким странкама и кандидатима дозвољено да купе огласни простор у предизборне сврхе, регулаторни оквири треба да обезбеде да:

- могућност куповине огласног простора буде доступна свим странкама које учествују на изборима, под истим условима и на основу истих тарифа;
- јавност зна да порука представља плаћену политичку рекламу.

Државе чланице би могле да размотре могућност увођења у своје регулаторне оквири одредбе која ограничава рекламни простор који политичке странке или кандидати могу да купе.“

## **Члан 10.**

Иако наслов члана 10. носи назив „Извештај о објављеном програмском садржају“, сам члан односи само на „објављен предизборни програм“. Потребно је да РЕМ ради мониторинг целокупног програма јавних медијских сервиса у предизборној кампањи, пре свега како би, осим заступљености кандидата у предизборном програму, утврдио и евентуално прикривено емитовање предизборног програма кроз друге врсте програма.

## **Члан 11.**

Процедура за поступање по притужби од стране овлашћеног представника подносиоца изборне листе или кандидата јавном медијском сервису није јасно дефинисана Нацртом Правилника.

Питања на која је неопходно одговорити у овом члану су следећа: Ко је у јавном медијском сервису особа која је овлашћена да притужбу прими? Да ли јавни медијски сервис има овлашћење да сам реши дату притужбу и у ком року?

Предложени рок од три дана за прослеђивање притужбе Регулатору делује као дуг рок, имајући у виду хитност процедура у самој предизборној кампањи.

Није прописано да ли је у овом случају Регулатор другостепени орган за одлучивање по притужбама, а нису прецизирани ни рокови у којима Регулатор мора реаговати на притужбу, које мере Регулатору стоје на располагању у овом конкретном случају нити у којим роковима ће те мере бити спроведене.



## **NACRT**

### **PRAVILNIK O OBAVEZAMA PRUŽALACA MEDIJSKIH USLUGA TOKOM PREDIZBORNE KAMPANJE**

Ovim Nacrtom Pravilnika se utvrđuju bliža pravila za izvršavanje obaveza pružaoca medijskih usluga, uključujući javne medijske servise, u skladu sa čl. 47-59. Zakona o elektronskim medijima (čl. 60, Zakon o elektronskim medijima, u daljem tekstu: ZEM).

#### **Predmet Pravilnika**

##### **Član 1**

Ovim Nacrtom Pravilnika se bliže uređuju opšte obaveze pružalaca medijske usluge u odnosu na programske sadržaje u predizbornoj kampanji, posebno u skladu sa članom 47, st. 1, tačka 5, ZEM, način emitovanja predizbornog programa, ravnopravnost učesnika i ravnomerna zastupljenost u predizbornom periodu, prikriveno ili posredno preporučivanje izbornih lista ili kandidata, položaj nosioca javnih i političkih funkcija u predizbornoj kampanji, političko oglašavanje, nespojivost učešća u predizbornoj kampanji, objavljivanje rezultata ispitivanja javnog mnjenja u predizbornoj kampanji i na dan izbora, odgovor na informaciju i ispravka informacije u predizbornoj kampanji, obaveza čuvanja snimaka predizbornog programa, posebne obaveze javnih medijskih servisa u predizbornoj kampanji, mere koje Regulatorno telo za elektronske medije može izreći pružaocima medijskih usluga tokom predizborne kampanje, u slučaju kršenja zakona i ovog Nacrta Pravilnika i početak i trajanje javne rasprave o Nacrtu Pravilnika.

#### **Značenje izraza u ovom Pravilniku**

##### **Član 2**

Izborima se u smislu ovog pravilnika smatraju izbor narodnih poslanika Narodne skupštine Republike Srbije, izbor predsednika Republike Srbije, izbor poslanika skupštine autonomne pokrajine, lokalni izbori i izbori za nacionalne savete nacionalnih manjina, kao i referendumi.

Predizborna kampanja je period koji počinje zvaničnim objavljivanjem nadležnih organa o raspisivanju izbora u službenim glasilima, a završava se danom proglašenja konačnih rezultata izbora.

Izborna tišina predstavlja period koji počinje 48 sati pre dana održavanja izbora i završava se momentom zatvaranja biračkih mesta. Tokom trajanja izborne tišine zabranjuje se svaki vid političke promocije izbornih lista i kandidata na tim listama ili omogućavanje njihovih ispravki.

Podnosilac izborne liste, odnosno predloga kandidata (u daljem tekstu: podnosilac izborne liste) jeste ovlašćeno lice, grupa lica ili organizacija koja učestvuje na izborima i čija je izborna lista proglašena odlukom nadležnog organa javne vlasti.



Kandidat sa izborne liste, odnosno liste kandidata (u daljem tekstu: kandidat) jeste fizičko lice označeno kao kandidat na izbornoj listi, koja je proglašena odlukom nadležnog organa javne vlasti.

Predizborni program jeste programski sadržaj koji je namenjen informisanju o predizbornim aktivnostima podnosilaca izbornih lista i kandidata, njihovom predstavljanju ili političkom oglašavanju.

Informisanjem o predizbornim aktivnostima podnosilaca izbornih lista i kandidata smatra se programski sadržaj koji se emituje, bez novčane ili druge naknade, kao redovna novinarska aktivnost u okviru informativnog programa ili posebne emisije isključivo posvećene predizbornoj kampanji.

U cilju obaveštavanja javnosti o predizbornim radnjama, podnosilaca izbornih lista ili kandidata, idejama i mišljenjima, koja su izneli tokom tih radnji u programima pružalaca medijskih usluga, mogu se organizovati radio i TV dueli ili sučeljavanja da bi se, u vidu intervjua ili diskusije, raspravila određena pitanja nastala u vezi sa njihovim aktivnostima, idejama i mišljenjem.

Predstavljanje izbornih lista ili kandidata jeste programski sadržaj koji se emituje bez novčane ili druge naknade i ima za cilj da, posredstvom posebne emisije isključivo posvećene izborima, upozna javnost sa aktivnostima, idejama i mišljenjem svih podnosilaca izbornih lista ili kandidata.

Političko oglašavanje jeste javno saopštenje emitovano u vidu oglasne poruke, u zamenu za novčanu ili drugu naknadu, kojim se preporučuju podnosilac izborne liste ili kandidat ili njihove aktivnosti, njihove ideje ili stavovi u cilju njihovog uspeha na izborima.

### **Način emitovanja predizbornog programa**

#### **Član 3**

Predizborni program mora biti jasno odvojen od ostatka programa najavnom i odjavnom špicom i jasno označen tekstualnim obaveštenjem tokom celog trajanja programa.

### **Ravnopravnost učesnika i ravnomerna zastupljenost u predizbornom periodu**

#### **Član 4**

Pružaoци medijskih usluga su dužni da u predizbornom periodu budu pravični, uravnoteženi i nepristrasni u svojim informativnim emisijama i vestima, uključujući i emisije posvećene diskusijama, kao što su intervjui i debate. (Preporuka R (99) 15)

Pružaoци medijskih usluga su dužni da garantuju ravnomernu zastupljenost u medijima svim izbornim listama i kandidatima koji učestvuju u izbornom procesu.

Pružaoци medijskih usluga zabranjeno je programsko favorizovanje i programska diskriminacija političkih subjekata i njihovih predstavnika.

Pružaoци medijskih usluga su dužni da primene princip striktne jednakosti učesnika u predizbornom programu, a princip proporcionalne jednakosti u informativnom programu.

Nije dozvoljen prenos ili odloženo emitovanje predizbornih skupova učesnika izbora u predizbornom programu. Pružaoци medijskih usluga u predizbornom programu mogu pustiti samo prilog sa predizbornog skupa u trajanju od najviše dva minuta.

### **Prikriveno ili posredno preporučivanje izbornih lista ili kandidata**

#### **Član 5**

Zabranjeno je u vidu informativnog, zabavnog, dokumentarnog, kulturnog ili bilo kog drugog programa prikriveno emitovati predizborni program, odnosno, promovisati ili diskriminisati podnosiocе izbornih lista ili kandidate.

Pružaoциma medijskih usluga je zabranjeno da tokom predizborne kampanje emituju igrane, dokumentarne, zabavne ili druge slične programske sadržaje u kojima se pojavljuje funkcioner ili istaknuti predstavnik podnosioca izborne liste ili kandidat.

### **Položaj nosioca javnih i političkih funkcija u predizornoj kampanji**

#### **Član 6**

Pružaoци medijskih usluga ne smeju da pružaju privilegovan tretman javnim vlastima u predizbornim programima.

Zabranjeno je emitovanje programa u kojima funkcioneri svoje državne funkcije i svoje redovne aktivnosti koje obavljaju u svojstvu funkcionera koriste za partijsku ili predizbornu promociju.

Informisanje o redovnim aktivnostima funkcionera, koji su istovremeno kandidati ili istaknuti predstavnici podnosilaca izborne liste, se u okviru informativnog programa vrši se tekstualno, bez audio i video snimka, u izveštajima ne dužim od dva minuta.

Izabran, postavljen, odnosno imenovan nosilac javne i političke funkcije dužan je da trpi iznošenje kritičkih mišljenja, koja se odnose na rezultate njegovog rada, odnosno politiku koju sprovodi, a u vezi je sa obavljanjem njegove funkcije bez obzira na to da li se oseća lično povređenim iznošenjem tih mišljenja u predizornoj kampanji. (čl. 8, Zakona o javnom informisanju i medijima, u daljem tekstu: ZJIM).

## **Političko oglašavanje**

### **Član 7**

Pružalac medijske usluge, u odnosu na svoj programski sadržaj i u skladu sa svojom programskom koncepcijom, dužan je da poštuje zabranu političkog oglašavanja van predizborne kampanje, a u toku predizborne kampanje da registrovanim političkim strankama, koalicijama i kandidatima obezbedi zastupljenost bez diskriminacije (čl. 47, st. 1, tačka 5 ZEM). U suprotnom će REM izricati mere iz svoje nadležnosti (čl. 28 ZEM).

Pod diskriminacijom u smislu prethodnog stava, naročito će se smatrati:

- Obezbeđivanje jednoj izbornoj listi više od jedne četvrtine ukupnog broja termina koji se pod komercijalnim uslovima nude političkim strankama, koalicijama i organizacijama za promociju na određenom programu pružalaca medijskih usluga;
- Različite cene političkog oglašavanja za različite stranke, koalicije ili organizacije koje učestvuju u izborima;
- Povoljniji, odnosno nepovoljniji termini za objavljivanje političkog oglašavanja.

Ako podnosilac izborne liste ili kandidat zakupi termin u programu pružaoca medijske usluge, sadržaj emitovan u tom periodu smatraće se političkom oglasnom porukom.

Na političko oglašavanje se shodno primenjuju odredbe člana 3, st. 2, Zakona o oglašavanju, koji kaže da se odredbe ovog zakona primenjuju i na aktivnosti koje nemaju svojstvo oglašavanja kao što su izborne kampanje i druge promotivne aktivnosti političkih organizacija, koje se vrše u skladu sa propisima koji uređuju izbore, kao i propisima koji uređuju elektronske medije.

U toku predizborne kampanje zabranjeno je svako prikriveno oglašavanje (čl. 12, st. 1 Zakon o oglašavanju, u daljem tekstu: ZoO), obmanjujuće oglašavanje (čl. 11, ZoO) i uporedno oglašavanje (čl. 14, ZoO), uključujući zabranu objavljivanja oglasnih poruka u kojima se drugi podnosioci izbornih lista ili kandidati predstavljaju u negativnom kontekstu ili sa omalovažavanjem.

Pružaoци medijskih usluga imaju obavezu da javno, unapred, objave cenovnike oglašavanja, broj i trajanje programskih celina (programskih segmenata/termina) u predizornoj kampanji kao i uslove plaćanja, te da učesnicima u kampanji omoguće oglašavanje pod istim finansijskim i tehničkim uslovima.

## **Nespojivost učešća u predizornoj kampanji**

### **Član 8**

Novinar, urednik, spiker, voditelj, prezenter ili drugi programski radnik koji je kandidat na nekoj izbornoj listi, ne može u vreme predizborne kampanje da obavlja nikakvu programsku funkciju u medijima.

Učešće u predizornoj kampanji je nespojivo sa novinarskom profesijom ili sa uredničkim poslom. Politička aktivnost članova porodice novinara ili urednika može

dovesti do stvarnog ili prividnog sukoba interesa. (Kodeks novinara Srbije, Odeljak III, tačka 6)

Funkcioner ili istaknuti predstavnik podnosioca izborne liste ili kandidat ne sme se tokom predizborne kampanje pojaviti u programu pružaoca medijske usluge kao voditelj, spiker, prezenter, reporter, novinar ili u drugom sličnom svojstvu, bez obzira na prirodu programskog sadržaja.

### **Objavljivanje rezultata ispitivanja javnog mnjenja u predizornoj kampanji i na dan izbora**

#### **Član 9**

Pružaoци medijskih usluga su dužni da prilikom objavljivanja rezultata ispitivanja javnog mnjenja daju javnosti informacije koje su dovoljne da se donese sud o vrednosti tih ispitivanja javnog mnjenja, a naročito da:

1. Imenuju političku stranku ili neku drugu organizaciju ili lice koje je naručilo i platilo ispitivanje javnog mnjenja;
2. Navedu naziv organizacije koja je sprovela ispitivanje javnog mnjenja i metodologiju koja je primenjena;
3. Navedu na kome je uzorku sprovedeno ispitivanje javnog mnjenja i kolika su moguća odstupanja;
4. Navedu datum i/li period kada je ispitivanje javnog mnjenja sprovedeno (Preporuka R (99) 15).

Pružaoци medijskih usluga se zabranjuje objavljivanje rezultata anketa sprovedenih prilikom izlaska birača sa birališta u kojima bi se pokazalo kako su birači glasali, pre zatvaranja svih biračkih mesta u zemlji.

### **Odgovor na informaciju i ispravka informacije u predizornoj kampanji**

#### **Član 10**

Pružaoци medijskih usluga su dužni da odgovor na informaciju koja se odnosi na učesnika u predizornoj kampanji objave u prvoj narednoj emisiji od prispeća odgovora, u skladu sa članom 87, st. 2 ZJIM.

Odgovorni urednik je dužan, ukoliko je tužbeni zahtev za objavljivanje odgovora usvojen i kada mu je sud naložio, a informacija na koju se odgovara se odnosi na učesnika u predizornoj kampanji, da objavi odgovor bez odlaganja, a najkasnije u prvoj narednoj informativnoj emisiji, kao i u prvoj narednoj emisiji istog tipa u kojoj je objavljena informacija koja je bila povod za tužbeni zahtev, od prispeća presude da se odgovor objavi, u skladu sa članom 89, st. 2 i članom 96 ZJIM.

Odgovorni urednik je dužan je da ispravku objavi bez odlaganja, a ako se informacija koja se ispravlja odnosi na učesnika u predizbornoj kampanji, ispravka se objavljuje u prvoj narednoj informativnoj emisiji, kao i u prvoj narednoj emisiji istog tipa u kojoj je objavljena informacija koja je bila povod za tužbeni zahtev, od prispeća presude da se objavi ispravka (član 91, st. 2 i član 96 ZJIM).

Regulatorno telo za elektronske medije će posebno ceniti neopravdano neobjavljivanje odgovora odnosno ispravke utvrđeno u parničnom postupku prilikom ocene da li je tokom predizborne kampanje pružalac medijske usluge obezbedio političkim strankama, koalicijama i kandidatima zastupljenost bez diskriminacije u skladu sa čl. 47 stav 1 tačka 5 ZEM, te će shodno primeniti čl. 83 st. 3 ZEM.

### **Obaveza čuvanja snimaka predizbornog programa**

#### **Član 11**

Svi pružaoci medijskih usluga su dužni da čuvaju snimke predizbornog programa 30 dana od dana emitovanja programa, kao i da se pridržavaju članova 69-72 Zakona o javnom informisanju i medijima koji se tiču prava na uvid i kopiju, naknade i zloupotrebe prava na uvid u zapis medija.

### **Posebne obaveze javnih medijskih servisa u predizbornoj kampanji**

#### **Član 12**

Javni medijski servisi su dužni da u vreme trajanja predizborne kampanje obezbede besplatno i jednako predstavljanje političkih stranaka, koalicija i kandidata koji imaju potvrđene izborne liste za republičke, pokrajinske ili lokalne izbore, u vreme predizborne kampanje, u skladu sa čl. 7, st. 1, tačkom 8, ZJIM.

Javni medijski servisi su posebno dužni i da u vreme trajanja predizborne kampanje posebno poštuju i podstiču pluralizam političkih, verskih i drugih ideja i omoguće javnosti da bude upoznata sa tim idejama, ne služeći interesima pojedinih političkih stranaka i verskih zajednica, kao ni bilo kom drugom pojedinačnom političkom, ekonomskom, verskom i sličnom stanovištu ili interesu (čl. 7, st. 1, tačka 4, ZJMS)

Javni medijski servisi su posebno dužni i da u vreme trajanja predizborne kampanje nepristrasno obrađuju političke, istorijske, privredne, socijalne, zdravstvene, kulturne, obrazovne, naučne, ekološke i druge teme, istovremeno omogućavajući ravnopravno sučeljavanje različitih stanovišta (čl. 7, st. 1, tačka 7)

Javni medijski servisi su dužni da poštuju poglavlje VII o predstavljanju podnosilaca izbornih lista i kandidata sa izbornih lista iz Zakona o izboru narodnih poslanika, a posebno da:

1. Podnosioci izbornih lista imaju pravo da u javnim glasilima obaveštavaju građane o programima i aktivnostima, kao i o predloženim kandidatima, u skladu sa odredbama ovog zakona. (čl. 48)
2. Organizacije koje emituju radio i televizijski program, čiji je osnivač Republika Srbija, su obavezne da od dana raspisivanja izbora, u okviru političko-informativnog programa čija su čujnost i vidljivost obezbeđene na celoj teritoriji Republike, obezbede predstavljanje podnosilaca izbornih lista i kandidata sa izbornih lista, kao i iznošenje i obrazlaganje izbornog programa podnosilaca tih lista, u skladu sa ovim zakonom. (čl. 49, st. 1)
3. Organizacijama koje emituju radio i televizijski program, čiji je osnivač Republika Srbija, nije ni pod kojim uslovima dozvoljeno da omoguće predstavljanje kandidata i iznošenje i obrazlaganje programa podnosilaca izbornih lista u komercijalnom, zabavnom ili drugom programu. (čl. 49, st. 2)
4. Urednici i voditelji političko-informativnih i specijalizovanih emisija organizacija iz člana 49. ovog zakona su obavezni da u toku izborne kampanje nezavisno i objektivno predstavljaju sve kandidate, a voditelji emisija moraju da imaju nepristrasan odnos prema svim zastupljenim političkim, socijalnim i etničko-kulturnim programima političkih stranaka čiji se kandidati predstavljaju. (čl. 50, st. 1). Zbog toga se organizuju emisije kojima se obezbeđuje javno sučeljavanje izbornih programa podnosilaca izbornih lista i kandidata sa tih lista. (čl. 50, st.2)
5. Po dva predstavnika Javnog preduzeća koje emituje radio i televizijski program, a čiji je osnivač Republika Srbija, Vlade Republike Srbije i političkih stranaka koje imaju poslanike u Narodnoj skupštini Republike Srbije, sporazumom utvrđuju broj i trajanje emisija za predstavljanje političkih stranaka, političkih organizacija odnosno grupa građana koje nameravaju da učestvuju na izborima. (čl. 51, st. 1). Sporazum se zaključuje najkasnije pet dana od dana donošenja odluke o raspisivanju izbora i bez odlaganja javno objavljuje. (čl. 51, st. 2). Javni medijski servisi, uz učešće predstavnika osnivača i podnosilaca izbornih lista, utvrđuju bliža pravila za predstavljanje podnosilaca izbornih lista, izbornih programa i kandidata sa izbornih lista. (čl. 51, st. 3)

### **Objavljivanje redovnih izveštaja monitoringa predizborne kampanje**

#### **Član 13**

Regulatorno telo za elektronske medije će na svakih 7 dana objavljivati izveštaje o kontroli rada pružalaca medijskih usluga, u toku trajanja predizborne kampanje.

Izveštaji iz stava 1. ovog člana se sastavljaju na osnovu sprovedene kvalitativne i kvantitativne analize programskog sadržaja, a posebno sadrže: nalaze stručne službe Regulatornog tela za elektronske medije u vezi s ravnomernom zastupljenošću kandidata, odnosno izbornih lista u medijima, izveštavanje medija o aktivnostima kandidata, evidenciju javnih nastupa izbornih aktera u ulozi državnih funkcionera i kandidata, kontekst u kome se govori o određenom učesniku izbora kao i druge važne aspekte rada medija koji mogu imati uticaj na objektivno i sveobuhvatno informisanje građana o kandidatima i izbornim programima.

Regulatorno telo za elektronske medije sprovodi kvalitativnu i kvantitativnu analizu iz stava 2. ovog člana u odnosu na programski sadržaj javnih medijskih servisa, svih pružalaca medijskih usluga sa nacionalnom pokrivenošću i odgovarajućeg uzorka pružalaca medijskih usluga sa lokalnom i regionalnom pokrivenošću.

Regulatorno telo za elektronske medije će objavljivati podatke prikupljene monitoringom u formi otvorene baze podataka, na svom veb sajtu, svakog dana u toku trajanja predizborne kampanje.

Ukoliko Regulatorno telo za elektronske medije ne raspolaže kapacitetima za analizu sadržaja elektronskih medija i monitoring, dužno je da podatke iz stava 2. ovog člana, obezbedi angažovanjem spoljnih stručnih saradnika, na osnovu javnog konkursa i precizno utvrđenih kriterijuma odabira.

### **Izricanje mera u vezi nepoštovanja primene Zakona o elektronskim medijima i Nacrta Pravilnika od strane pružaoca medijskih usluga u predizornoj kampanji**

#### **Član 14**

U slučaju kršenja odredbe o obezbeđivanju registrovanim političkim strankama, koalicijama i kandidatima u predizornoj kampanji zastupljenost bez diskriminacije, Regulatorno telo za elektronske medije može da izrekne sledeće mere iz svoje nadležnosti: opomenu, upozorenje, privremenu zabranu objavljivanja programskog sadržaja i oduzimanje dozvole (čl. 28, stav 2, ZEM).

Regulator mere iz stava 1. ovog člana može da izrekne nezavisno od korišćenja drugih sredstava pravne zaštite koja stoji na raspolaganju povređenom ili drugom licu, u skladu sa odredbama posebnih zakona (čl. 28, stav 2, ZEM).

Osim mera iz stava 1. ovog člana, REM ima pravo da dodatno sankcioniše pružaoca medijskih usluga koji se u toku izborne kampanje nije držao obaveze da u toku predizborne kampanje registrovanim političkim strankama, koalicijama i kandidatima obezbedi zastupljenost bez diskriminacije, tako što pružaocu medijskih usluga može odbiti zahtev za izdavanje dozvole za pružanje medijskih usluga i može odbiti zahtev za produženje dozvole pružaocima medijskih usluga. (čl. 83, st.3, ZEM).

Regulator će svaku meru koju donese u toku trajanja predizborne kampanje detaljno obrazložiti, uz prilaganje izveštaja stručne službe za nadzor i analizu.

### **Javna rasprava**

#### **Član 15**

Danom objavljivanja ovog Nacrta Pravilnika na veb stranici Regulatornog tela za elektronske medije otpočinje javna rasprava povodom njegovog usvajanja, koja traje najmanje 15 dana, u skladu sa čl. 40 ZEM.