

**ПРЕДЛОЗИ И ПРИМЕДБЕ ЗА УНАПРЕЂЕЊЕ ТЕКСТА НАЦРТА ПРАВИЛНИКА
О ОБАВЕЗАМА ЈАВНИХ МЕДИЈСКИХ СЕРВИСА ТОКОМ ПРЕДИЗБОРНЕ
КАМПАЊЕ**

Орган/организација/заинтересовано лице: Проф. др Раде Вељановски

Седиште органа/организације:

Датум: 24. 12. 2019.

1. Начелне примедбе на текст Нацрта правилника о обавезама јавних медијских сервиса током предизборне кампање

РЕМ не може правним актом нижег реда да регулише питања која су већ регулисана актом вишег реда. Дакле, не може Правилником да регулише оно што је регулисано Законом. С обзиром на чињеницу да су јавни медијски сервиси, као специфичне медијске организације, регулисани посебним законом, РЕМ у односу на њих не може да доноси „правилнике“ већ само „упутства“ или „препоруке“ којима може да подстиче јавне медијске сервисе да што доследније спроводе оно што је предвиђено Законом о јавним медијским сервисима, али и осталим медијским законима, као и европским регулаторним оквиром. Члан 1. Закона о јавним медијским сервисима наглашава да се рад јавних медијских сервиса уређује „у складу са европским стандардима и међународним документима“. То значи, да када нека ситуација која се догоди у пракси није прецизно регулисана законским одредбама, што је чест случај јер није ни могуће све ситуације обухватити законом, онда се решење тражи у европској пракси и стандардима.

2. Примедбе у појединостима (наводе се примедбе на конкретне чланове Нацрта правилника о обавезама јавних медијских сервиса током предизборне кампање)

Законом о јавним медијским сервисима (члан 7. Тачка 8.) је предвиђено да је јавни медијски сервис обавезан на „бесплатно и једнако представљање политичких странака, коалиција и кандидата који имају потврђене изборне листе за републичке, покрајинске или локалне изборе, у време предизборне кампање“.

Потпуно је јасно да је питање начина представљања странака и кандидата регулисано и да закон каже „бесплатно и једнако“, што значи да није могућа другачија формулација.

У Нацрту Правилника у Члану 2. став 3. говори се о „Представљању изборних листа или кандидата...“. Пошто је то оно што произилази из Закона, у том ставу правилника (упутства) може само да се нагласи да подносиоци изборних листа имају бесплатно и једнако време за своју промоцију и треба подсетити РТС и РТВ да на време објаве у којим терминима, колико времена и колико тремина издвајају за појединачне листе, а колико за сучељавања и дебате. Такође треба предвидети обавезу јавних сервиса да у року од 48 сати после објављивања изборних листи, почну са представљањем.

У Члану 5, став 1. није добра формулација: „уз поштовање принципа пропорционалне једнакости“. Она делује збуњујуће, јер нешто не може да буде и пропорционално и једнако, а једнакост се помиње у представљању изборних листа и кандидата. Овде је реч о „информисању о предизборним активностима“, дакле о догађајима које изборни такмаци организују. Предлажем да уместо става 1, члана 5. Нацрта Правилника, буду уврштена три нова става која гласе:

„Јавни медијски сервис, приликом информисања о предизборним активностима подносилаца изборних листа и кандидата, изван времена предвиђеног за њихово представљање, треба да обезбеди њихову заступљеност у програму без дискриминације, сразмерно значају политичких странака и кандидата, односно значају догађаја у којима они учествују.

Значај странака и кандидата одређује се према заступљености у органима власти: Народној скупштини Републике Србије, Скупштини аутономне покрајине Војводине и скупштинама локалних самоуправа.

Подносиоци изборних листа који у време предизборне кампање нису заступљени у поменутиим органима власти, треба у информативном програму да буду третирани као подносиоци изборних листа са најмањом заступљеношћу.“ (То је европско искуство и пракса.)

Члан 4, став 2, није довољно јасан и није на нивоу европског искуства и препорука у складу с тим искуством. Потпуно је ноторно да „јавни медијски сервис може у информативним емисијама, изван програма који се односи на предизборну кампању, обавештавати о актуелним збивањима и активностима државних органа и функционера“ и да то треба да ради „поштујући правила професионализма, објективности и новинарске етике“. Зато овакав став уопште није потребан јер је непримерено да било ко, па и РЕМ допушта јавном сервису да извештава о поменутиим активностима. То јавни медијски сервис и остали медији раде по природи ствари. Дакле овај став треба избацити.

Оно што је веома важно, о чему се посебно говорило у досадашњој расправи између власти и опозиције и што је европска препорука, јесте да „емитери не смеју да пружају привилегован третман јавним властима у тим програмима“ (Препорука ЦМ/РЕЦ (2007) 15). Предлажем да се садашњи став 3, Члана 4. допуни цитираном реченицом. После те реченице треба додати и реченицу: „Јавни медијски сервис није дужан да информише о псеудодогађајима које организују промотивни тимови политичких странака и кандидата, а у случају појављивања носилаца јавних функција у току предизборне кампање о тим догађајима треба да извештава кратким писаним информацијама без објављивања слике и тона“.

Што се тиче Члана 4, став 5, у коме се предвиђа изузетак забране емитовања програмских садржаја у којима се појављује „функционер или истакнути представник подносиоца изборне листе или кандидат“, уколико је садржај произведен „најмање једну годину пре него што су избори расписани“, таква одредба нема значаја јер се филмови, серије и озбољни документарни програми не могу произвести за пар месеци, а ефекат појављивања функционера и осталих промотивних личности је исти иако је програм произведен нешто раније. Тај период треба да буде најмање четири године.

Део Нацрта правилника: Политичко оглашавање током предизборне кампање, Члан 9. је проблематичан, јер Закон о јавним медијским сервисима изричито помиње „бесплатно и једнако представљање“ и не предвиђа комерцијално оглашавање. Као неко ко је радио на медијским законима, па и на овом, могу да кажем да комерцијално оглашавање на јавним сервисима није у духу овог закона, што је логично јер се комерцијално оглашавање препушта комерцијалним медијима.

3. Образложење предлога за унапређење Нацрта правилника о обавезама јавних медијских сервиса током предизборне кампање