

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

**Орган/организација/заинтересовано лице:** Центар за слободне изборе и демократију -  
ЦеСИД

**Седиште органа/организације:** Белимарковићева 9, Београд

**Датум:** 24. децембар 2019

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

Као организација поздрављамо објављивање овог Нацрта и отварање дијалога о истом.  
Верујемо да ово може бити први корак ка стварању бољег изборног окружења.

Предложени Нацрт је задржао дух претходног Правилника што, по нама, није добро  
решење јер у потпуности искључује комерцијалне пружаоце услуга за које овај  
Правилник није обавеза. Стога је наш први коментар да би се предложени Правилник  
требало да односи и на комерцијалне медије.

Други коментар се односи на скромно адресирање проблема функционерских кампања  
односно медијске презентације активности јавних функционера у кампањи а управо је  
овај проблем препознат као један од највећих протеклих година и као такав је био  
редовна тема на међустраничком дијалогу власти и опозиције. Такође, предложени Нацрт  
не предвиђа мониторинг активности јавних функционера што значи да ће јавност бити  
ускраћена за реалну слику кампање јер ће се мониторинг односити само на изборне  
блокове.

Последње, предложени Нацрт не адресира питање стриктније контроле политичког  
оглашавања а то је сегмент у коме је могућ велики утицај на бираче односно јавност.

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

1. Иза става 3. члан 4, потребно је додатно специфицирати извештавање јавног медијског сервиса о актуелним активностима јавних функционера јер предложене решење неће решити потенцијалне проблеме имајући у виду да јавни функционери током кампање сами креирају редовне догађаје (псеудодогађаје) како би били присутнији у јавности. Креирање псеудодогађаја значило би, по овом Нацрту, и знатно већу заступљеност јавних функционера што може да доведе до озбиљне медијске неправедности. Такође, у овом члану недостаје обавеза РЕМ-а да ради редован мониторинг овог типа извештавања.

ЦеСИД предлаже да РЕМ пропише прецизнија и стриктнија правила како би се уредила ова област тако што би се прописала обавеза да јавни медијски сервис (предлог ЦеСИД-а је да се иста обавеза односи и на комерцијалне медије) без пристрасности извештава о актуелним активностима. Нека од могућих решења могу да укључе ограничење у трајању прилога, обавезно укључивање друге стране или извештавање без изјава самих јавних функционера (покривање плус новинар). Истовремено, предлажемо да у овом члану буде дефинисана и обавеза да РЕМ ради редован мониторинг наступа јавних функционера, било у временским блоковима или на узорку информативних емисија.

2. Став 4 у члану 4 треба допунити да гласи „забрањено је током предизборне кампање емитовати игране, документарне, забавне или друге сличне програмске садржаје у којима се појављује или дискредитује функционер или истакнути представник подносиоца изборне листе или кандидат.“

3. Потребно је променити став 5 у члану 4 да се забрана не односи на програмске садржаје који су произведени најмање једну годину пре него што су избори расписани тако што ће се укинути временски период од једне године.

4. Став 1, члан 5 је неопходно допунити јасним прецизирањем како ће се одређивати значај политичких странака или кандидата или предложити балансирање решење.

5. Члан 6 је неопходно допунити прецизирањем да је уз објављивање резултата анкета неопходно рећи ко је наручилац истраживања, кога је спровео, на ком узорку, којом техником и у ком периоду.

6. Члан 8 треба да укључи решење за потенцијалне проблеме са реалним могућностима за покривање избора за националне савете који, због своје специфичности, доносе огроман број странака (више од 50).

7. Иза става 1 члана 9 је неопходно прецизирати, у циљу стварања механизма за контролу, обавезу јавног објављивања ценовника политичког оглашавања (са укљученим попустима, ако их има) и јасне контроле кроз увођење обавезе да странка достави све податке о броју емитованих спотова, а уз обавезу РЕМ-а да те податке упореди са званичном Нилсеновом базом (базом која је једина релевантна за медијско тржиште) и мониторингом оглашавања који би требало да ради и сам РЕМ и чији детаљи би требало да буду јавно објављени.

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

ЦеСИД је предложио ове промене у доброј намери, како би се предложени Нацрт унапредио и одговорио постојећим изазовима, посебно у контексту чињенице да медији представљају централни део модерни кампања. Идеја предложених промена је да се одговори уоченим проблемима од 2016. године који су препознати од стране међународних и домаћих посматрача. Кључни принцип до кога се ЦеСИД држао јесте да изборна кампања мора да буде равноправна и са истим полазним позицијама за све. У том смислу, ЦеСИД је предложио промене у адресирању функционерских кампања и мониторинга истог, додатних обавеза у контроли политичког оглашавања (које је персуазивно и притом чини већину трошкова самих странака) и додатних прецизирања појединих одредби које се односе на прикривено извештавање, изборе за националне савете, анкетна истраживања и значаја политичких странака или кандидата. ЦеСИД се трудио да сва решења прилагоди добрим принципима или праксама из упоредног глобалног искуства, посебно европског.