

HRVATSKI SABOR

**PRIJEDLOG PRAVILA O POSTUPANJU ELEKTRONIČKIH MEDIJA S
NACIONALNOM KONCESIJOM U REPUBLICI HRVATSKOJ TIJEKOM
IZBORNE PROMIDŽBE**

Zagreb, travanj 2014

PRIJEDLOG PRAVILA O POSTUPANJU ELEKTRONIČKIH MEDIJA S NACIONALNOM KONCESIJOM U REPUBLICI HRVATSKOJ TIJEKOM IZBORNE PROMIDŽBE

I. USTAVNA OSNOVA

Ustavna osnova za donošenje Pravila o postupanju elektroničkih medija s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj tijekom izborne promidžbe sadržana je u odredbi članka 2. stavka 4. podstavka 1. Ustava Republike Hrvatske.

II. OCJENA STANJA I OSNOVNA PITANJA KOJA SE TREBAJU UREDITI PRAVILIMA O POSTUPANJU ELEKTRONIČKIH MEDIJA S NACIONALNOM KONCESIJOM U REPUBLICI HRVATSKOJ TIJEKOM IZBORNE PROMIDŽBE TE POSLJEDICE KOJE ĆE DONOŠENJEM PROISTEĆI

Zakonom o izborima zastupnika u Hrvatski sabor (»Narodne novine«, broj 116/99, 109/00., 53/03. i 69/03.-pročišćeni tekst, 167/03., 44/06., 19/07., 20/09., 145/10., 24/11., 93/11. i 120/11.- u daljnjem tekstu: Zakon) propisano je da će, radi ostvarenja jednakosti svih političkih stranaka koje su istakle liste i jednake rnuogućnosti predstavljanja programa i promidžbe političkih stranaka, Hrvatski sabor donijeti Pravila o postupanju elektroničkih medija s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj tijekom izbome promidžbe.

Također, Zakonom je propisana obveza svim sredstvima javnog priopćavanja, omogućiti svim političkim strankama koje su predložile kandidacijske liste, da u vrijeme izborne promidžbe pod jednakim uvjetima iznose i obrazlažu svoje izborne programe te izbornu promidžbu.

U tom smislu je Hrvatski sabor donio Pravila o postupanju elektroničkih medija s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj („Narodne novine“, broj: 165/03. i 105/07. - u daljnjem tekstu: postojeća Pravila), u cilju omogućavanja nacionalnim elektroničkim medijima odgovarajuće prezentiranje izbornih programa poštujući načelo ravnomyjerne zastupljenosti svih sudionika izbora.

Međutim, primjena postojećih Pravila dovela je do toga da je u emisiji sučeljavanja koja na Hrvatskoj televiziji traje 50 minuta, kako je određeno postojećim Pravilima, predstavnik neke liste (ako bi u jednoj izornoj jedinici bilo 20 lista), mogao govoriti najviše 2 minute, a u emisijama ostalih nakladnika za koje je postojećim Pravilima određeno da traje 20 minuta, govorio manje od minute. Takav način predstavljanja ne koristi ni kandidatima ni gledateljima, ali ni promicanju višestranačkog sustava koje je jedno od temeljnih vrednota ustavnog poretka Republike Hrvatske. Upravo donošenje ovih Pravila omogućava biračima dobivanje aktualnih informacija o kandidatima, različitim programima, različitim pristupima aktualnim političkim, gospodarskim i društvenim temama što u konačnici rezultira dobivanjem informiranog birača.

Nadalje, postojeća Pravila previše detaljno razrađuju obveze svih nakladnika elektroničkih medija u izborima za zastupnike u Hrvatski sabor, što onemogućuje širenja prostora za slobodnim i kreativnim posredovanjem novinara između građana i njihovih interesa i kandidata i njihovih interesa te time pridonosi lošoj informiranosti i educiranosti birača o strankama, o njihovim programima te o kandidatima. Upravo kako bi se navedeno izbjeglo,

potrebno je donijeti ova Pravila koja osiguravaju nezavisnost i profesionalnost novinara kako bi biračima bilo omogućeno da izaberu najbolje, najprihvatljivije i najrealnije programe i kandidate koji to zaista mogu i ostvariti.

Nadalje, ovim Pravilima uvodi se novina koja je posljedica demokratskog razvoja, a nije propisana važećim Pravilima, što je bilo predložena i od strane GONG-a, a to je mogućnost organiziranja televizijskog sučeljavanja. Tako nakladnici televizije s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj imaju mogućnost jednom tijekom predizborne kampanje organizirati posebne emisije sa sučeljavanjima kandidata za predsjednika Vlade Republike Hrvatske uz zadržavanje prava na oblikovanje načina sučeljavanja kandidata, određivanja broj kandidata, trajanje sučeljavanja te vrijeme emitiranja. Televizijska sučeljavanja su jedan od najzahtjevnijih, ali i najizazovnijih oblika javnog nastupa političara kada do izražaja može doći njihova umješnost i znanje, ali kada mogu i smanjiti svoje šanse za izbornim uspjehom zbog eventualne pogreške pred televizijskim kamerama. Upravo je u tome i smisao propisivanja ove odredbe kako bi se televizijskim sučeljavanjem tijekom predizborne kampanje omogućilo kandidatima da izravno prenesu poruku svojim biračima, a biračima da kvalitetno usporede osobnosti, stajališta i programe kandidata te ga lakše procijene i donesu ili učvrste izbornu odluku.

Donošenje ovih Pravila ima za cilj modernizirati i racionalizirati pravila u postupanju elektroničkih medija s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj tijekom izborne promidžbe kako bi se na što bolji način utvrdili oblici i vrijeme praćenja izborne promidžbe političkih stranaka, način predstavljanja njihovih programa, predstavljanje kandidata na stranačkim i na neovisnim listama, kandidata za zastupnike pripadnika nacionalnih manjina, stranačkih dužnosnika, te pravila za emisije sa sučeljavanjima nositelja izbornih lista. Njima se, s jedne strane jamči jednak tretman sudionika izbora, a s druge strane urednicima i novinarima daje se sloboda u kreiranju sadržaja emisija i utvrđuje zaštitni minimum termina koji svaki kandidat na izborima, odnosno svaka izborna lista mora dobiti.

III. OCJENA POTREBNIH SREDSTAVA ZA PROVOĐENJE PRAVILAIMA O POSTUPANJU ELEKTRONIČKIH MEDIJA S NACIONALNOM KONCESIJOM U REPUBLICI HRVATSKOJ TIJEKOM IZBORNE PROMIDŽBE

Za provođenje Pravila o postupanju elektroničkih medija s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj tijekom izborne promidžbe nije potrebno osigurati sredstva u državnom proračunu.

Na temelju članka 30. Zakona o izborima zastupnika u Hrvatski sabor („Narodne novine“, broj 116/99, 109/00., 53/03. i 69/03.-pročišćeni tekst, 167/03., 44/06., 19/07., 20/09., 145/10., 24/11., 93/11. i 120/11.), Hrvatski sabor na sjednici održanoj dana donio je

PRAVILA O POSTUPANJU ELEKTRONIČKIH MEDIJA S NACIONALNOM KONCESIJOM U REPUBLICI HRVATSKOJ TIJEKOM IZBORNE PROMIDŽBE

I.OSNOVNE ODREDBE

a) Pravni izvori i načela postupanja nakladnika elektroničkih medija

1. Sukladno odredbama Zakona o izborima zastupnika u Hrvatski sabor („Narodne novine“, broj: 116/99, 109/00., 53/03. i 69/03.-pročišćeni tekst, 167/03., 44/06., 19/07., 20/09., 145/10., 24/11., 93/11. i 120/11.- pročišćeni tekst), Zakona o elektroničkim medijima („Narodne novine“ broj: 153/09., 84/11., 94/13., i 136/13.) te utvrđenim programskim načelima i obvezama Hrvatske radiotelevizije sukladno odredbama Zakonom o Hrvatskoj radioteleviziji („Narodne novine“, broj: 137/10., i 76/12.), Hrvatska radiotelevizija i drugi elektronički mediji s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj u razdoblju izborne promidžbe za izbore zastupnika u Hrvatski sabor, počevši od dana objave zbirnih lista izbornih jedinica pa do 24 sata prije dana održavanja izbora, omogućit će političkim strankama, kandidatima na stranačkim i na neovisnim listama i kandidatima za zastupnike pripadnike nacionalnih manjina (u daljnjem tekstu: sudionici u izborima), njihovo predstavljanje i predstavljanje njihovih programa u emisijama nakladnika elektroničkih medija.

2. Nakladnici elektroničkih medija s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj (u daljnjem tekstu: nakladnici elektroničkih medija) u predstavljanju izbornih aktivnosti u svojim programima jamče novinarsku neovisnost, profesionalnost i stručnost, dosljedno poštivanje novinarskoga kodeksa te posebno temeljnog načela slobode izražavanja koje je propisano odredbama Ustava Republike Hrvatske, Konvencije o zaštiti ljudskih prava i temeljnih sloboda i Povelje Europske unije o temeljnim pravima.

b) Način predstavljanja sudionika u izborima i pravila nakladnika

3. Nakladnici elektroničkih medija osigurat će prostor za predstavljanje političkog programa sudionika u izborima. Hrvatska televizija i Hrvatski radio dužni su osigurati najmanje 5 minuta za predstavljanje političkih programa za sve kandidatske liste.

Komercijalne televizije i radija s nacionalnom frekvencijom dužne su osigurati odgovarajući prostor za predstavljanje političkih programa kandidata.

Nakladnici elektroničkih medija obvezni su internim pravilima urediti mjesto, vrijeme snimanja, vrijeme koje će se osigurati za predstavljanje programa, vrijeme i način na koji će prikazivati programe, pravila za sučeljavanje po izornoj jedinici te nacionalno sučeljavanje i objavljivanje političkih programa sudionika u izborima. Predmetna pravila moraju biti javno objavljena najkasnije 3 dana prije početka izborne promidžbe.

Nakladnici elektroničkih medija zadržavaju pravo medijski oblikovati izvješće, te odrediti njegovo trajanje i vrijeme emitiranja.

Hrvatska televizija i Hrvatski radio dužni su osigurati sučeljavanja kandidata po izbornim jedinicama. Ostali nakladnici s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj mogu organizirati sučeljavanja kandidata po izbornim jedinicama. Svaki nakladnik, sukladno pravilima iz stavka 3. ove točke uredit će oblik političkog predstavljanja.

Državni i lokalni dužnosnici-kandidati ne smiju imati povlaštenu položaj prema drugim sudionicima u izborima te se njihove redovite aktivnosti ne smiju koristiti u promidžbene svrhe.

c) Ispitivanje javnog mnijenja

4. Nakladnici elektroničkih medija će pri objavi rezultata ispitivanja javnog mnijenja, jasno i nedvosmisleno o tome obavijestiti javnost navodeći:

- a) ime stranke ili osobe koja je naručila ili platila ispitivanje,
- b) naziv organizacije koja je provela ispitivanje,
- c) ispitni uzorak i mogućnost odstupanja u ishodu istraživanja,
- d) razdoblje u kojem je provedeno istraživanje.

Nakladnici elektroničkih medija će se dan uoči izborne šutnje i na dan izbora do 19,00 sati suzdržati od objave ishoda ispitivanja javnog mnijenja o raspoloženju birača, posebice o glasačkim namjerama, o izlasku na izbore ili pak odustajanju od njega.

d) Promidžbene poruke

6. Svim političkim strankama i kandidatima nakladnici elektroničkih medija omogućit će objavljivanje plaćenih promidžbenih poruka, pod jednakim uvjetima. Nakladnici elektroničkih medija osigurat će da takve promidžbene poruke budu jasno odvojene od preostalog programa, tako da javnost može razlučiti kako je riječ o plaćenju promidžbenoj poruci.

e) Prigovor

7. U slučaju prigovora sudionika u izborima glede načina njihova predstavljanja, odnosno zastupljenosti ili učestalosti njihova pojavljivanja u emisijama nakladnika elektroničkih medija, o zahtjevu podnositelja prigovora odlučuje Državno izborno povjerenstvo Republike Hrvatske.

f) Objava informacija i obavijesti

8. Nakladnici elektroničkih medija će u svojim programima i u redovitim informativnim emisijama objavljivati sve informacije važne za izbore i tijekom izbornoga postupka.

Nakladnici elektroničkih medija emitirat će u svojim dnevnim informativnim emisijama obavijesti Državnoga izbornog povjerenstva Republike Hrvatske, Etičkog povjerenstva i odluke Ustavnoga suda Republike Hrvatske važne za zakonitost i pravilnost postupka izbora.

g) Zabrana sudjelovanja novinara u izornoj promidžbi

9. Novinari i voditelji nakladnika elektroničkih medija ne smiju u redovitim i posebnim emisijama iz Glave II. ovih Pravila iznositi svoju eventualnu stranačku pripadnost ili političko opredjeljenje. Oni novinari i voditelji nakladnika elektroničkih medija koji su kandidati na izbornim listama ne smiju tijekom izborne promidžbe obavljati svoje redovite poslove kod nakladnika elektroničkih medija.

Novinarima koji sudjeluju u izornoj promidžbi zabranjeno je tijekom izborne promidžbe obavljati svoju novinarsku djelatnost, a ako imaju vlasničke udjele u nekoj od agencija koja radi za pojedinu stranku ili listu dužni su o tome u pisanom obliku obavijestiti svog urednika.

II. PROGRAMSKA PRAVILA NAKLADNIKA ELEKTRONIČKIH MEDIJA ZA PRAĆENJE IZBORA ZA ZASTUPNIKE U HRVATSKI SABOR

a) Zajednički uvjeti pripremanja i objavljivanja emisija

10. Nakladnici elektroničkih medija dužni su način i oblike praćenja izbora za zastupnike u Hrvatski sabor, određene u točki 2. ovih Pravila, primjenjivati na sve sudionike u izborima.

Stranke koje na izborima nastupaju udružene u koaliciju smatraju se jednim sudionikom u izborima te prava određena ovim Pravilima ne ostvaruju kao zasebne stranke.

11. Nakladnici elektroničkih medija dužni su za praćenje izbora za zastupnike u Hrvatski sabor organizirati posebne predizborne emisije u skladu s točkom 2. ovih Pravila.

O načinu i obliku praćenja izbora svi nakladnici televizije s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj dužni su izraditi interna pravila i javno ih objaviti najkasnije 3 dana prije početka predizborne kampanje.

12. Nakladnici elektroničkih medija dužni su izvijestiti sve sudionike u izborima o terminima sudjelovanja u posebnim predizbornim emisijama. Jednom ustanovljeni termini sudjelovanja u emisijama nakladnika elektroničkih medija ne mogu se mijenjati, a nedolazak pojedinog sudionika u izborima na dogovoreni termin smatrat će se svojevolumnim odustajanjem od izborne promidžbe preko nakladnika elektroničkih medija.

13. Ovlaštene osobe sudionika u izborima imaju pravo u razdoblju izborne promidžbe dostavljati informativnom programu nakladnika elektroničkog medija pisane prijave u svezi s izbornom djelatnosti koje će biti predmet informativnih emisija i predizbornih emisija iz točke 16. a ovih Pravila i to od 9, 00 do 23, 00 sata.

b) Televizijska sučeljavanja

14. Nakladnici televizije s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj imaju mogućnost jednom tijekom predizborne kampanje organizirati posebne emisije sa sučeljavanjima kandidata za predsjednika Vlade Republike Hrvatske u skladu s internim pravilima.

Nakladnici iz stavka 1. ove točke zadržavaju pravo oblikovati način sučeljavanja kandidata, odrediti broj kandidata, trajanje sučeljavanja i vrijeme emitiranja.

Nakladnici iz stavka 1. ove točke dužni su izraditi pravila iz stavka 1. ove točke i javno ih objaviti 3 dana prije početka predizborne kampanje.

III. PROGRAMSKA PRAVILA RADIJA ZA PRAĆENJE IZBORA ZA ZASTUPNIKE U HRVATSKI SABOR

a) Izvješćivanje u redovitim emisijama radija s nacionalnom pokrivenošću

15. U razdoblju predizborne promidžbe nakladnici radija objavljivat će informacije o predizbornim skupovima i konferencijama za novinstvo.

16. Nakladnici radija zadržavaju pravo medijski oblikovati izvješće te odrediti njegovo trajanje i vrijeme emitiranja.

17. Nakladnici elektroničkih radija objavit će liste kandidata svih izbornih jedinica istog dana kada ih dobiju od Državnoga izbornog povjerenstva Republike Hrvatske.

b) Predizborna promidžba u posebnim emisijama radijskih nakladnika

18. Po objavljivanju zbirnih lista u izbornim jedinicama pa do 24 sata prije održavanja izbora, nakladnici radija će objavljivati predizbornu promidžbu u posebnoj emisiji.

IV. PLAĆENE PROMIDŽBENE PORUKE

19. Nakladnici elektroničkih medija omogućit će, pod jednakim uvjetima, svim sudionicima u izborima objavljivanje plaćenih promidžbenih poruka u trajanju do 2 minute. Sadržaj promidžbene poruke mora biti usko vezan uz političke programe sudionika u izborima.

Nakladnici elektroničkih medija će narudžbe za plaćene promidžbene poruke zaprimati od ovlaštenih osoba sudionika u izborima.

Nakladnici elektroničkih medija će plaćene promidžbene poruke emitirati sukladno zahtjevu ovlaštene osobe, programskoj shemi, zakonskim propisima i raspoloživu vremenu. Količina naručenih promidžbenih izbornih poruka ne može ući u količinu marketinških poruka na temelju kojih se odobrava popust marketinškim agencijama.

Narudžbe sa sadržajem promidžbene poruke moraju se nakladniku elektroničkih medija dostaviti najkasnije 24 sata prije emitiranja te promidžbene poruke. Radijske i televizijske postaje dužne su javno objaviti cjenik marketinških usluga.

Novčanu naknadu za usluge objavljivanja promidžbenih poruka sudionik u izborima je dužan platiti unaprijed, prije prvog emitiranja, prema cjeniku marketinških usluga i općim uvjetima nakladnika elektroničkog medija koji vrijedi na dan uplate.

20. Nakladnik elektroničkih medija ima pravo odbiti emitirati promidžbenu poruku u sljedećim slučajevima, ako:

- narudžba nije podnesena od ovlaštene osobe iz točke 19. ovih Pravila,
- oglašavanje nije plaćeno unaprijed,
- oglašavanje nije naručeno ili nije dostavljena promidžbena poruka najmanje 24 sata prije emitiranja
- promidžbena poruka na udovoljava tehničkim i profesionalnim standardima prema cjeniku marketinških usluga i općim uvjetima nakladnika elektroničkog medija,
- je promidžbena poruka ili njezin sadržaj protivan Ustavu i zakonima Republike Hrvatske.

21. Nakladnici elektroničkih medija će omogućiti svim sudionicima u izborima da objavljuju emisije pod pokroviteljstvom, u trajanju do 10 minuta i uz novčanu naknadu uplaćenu unaprijed prema cjeniku marketinških usluga i općim uvjetima nakladnika elektroničkog medija.

Za vrijeme emitiranja emisije pod pokroviteljstvom mora se emitirati oznaka da se program emitira pod pokroviteljstvom.

V. ZAVRŠNE ODREDBE

22. Ova pravila se na odgovarajući način primjenjuju na izbore za predsjednika Republike Hrvatske i na izbore članova u Europski parlament iz Republike Hrvatske.

23. Na dan stupanja na snagu ovih pravila prestaju važiti Pravila o postupanju elektroničkih medija s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj tijekom izborne promidžbe („Narodne novine“, broj: 165/03., i 105/07.).

24. Ova Pravila stupaju na snagu osmog dana od dana objave u „Narodnim novinama“.

IV. OBRAZLOŽENJE POJEDINIH ODREDBI

Uz Glavu I.

U točki 1. određeno je da će Hrvatska radiotelevizija i drugi mediji, sukladno odredbama Zakona o izborima zastupnika u Hrvatski sabor, Zakona o elektroničkim medijima te sukladno odredbama Zakona o Hrvatskoj radioteleviziji, za vrijeme trajanja izborne promidžbe političkim strankama, kandidatima na stranačkim i na neovisnim listama i kandidatima za zastupnike pripadnike nacionalnih manjina, omogućiti njihovo predstavljanje.

U točki 2. određena su načela kojih se nakladnici elektroničkih medija moraju pridržavati.

U točki 3. određuje se način i vrijeme predstavljanja sudionika u izborima, njihovo sučeljavanje, oblikovanje izvješća, ponašanje državnih i lokalnih dužnosnika. Također, određuje se da nakladnici elektroničkih medija moraju svojim pravilima urediti mjesto, vrijeme snimanja, vrijeme koje će se osigurati za predstavljanje programa, vrijeme i način na koji će prikazivati programe, pravila za sučeljavanje po izbornoj jedinici te nacionalno sučeljavanje i objavljivanja političkih programa sudionika u izborima koja moraju javno objaviti najkasnije 3 dana prije početka izborne promidžbe.

U točkama 4. i 5. određuju se pravila prilikom ispitivanja javnog mnijenja.

U točki 6. uređuje se objavljivanje promidžbenih poruka.

U točki 7. određuju se ovlaštenici podnošenja prigovora, razlozi za njegovo podnošenje te tijelo koje o prigovoru donosi mišljenje.

U točki 8. propisano je da će nakladnici elektroničkih medija u svojim programima u redovitim informativnim emisijama objavljivati informacije važne za izbore i tijekom izbornog postupka. Nadalje, određuje se da će nakladnici elektroničkih medija objavljivati i obavijesti Državnoga izbornog povjerenstva Republike Hrvatske, Etičkog povjerenstva i odluke Ustavnoga suda Republike Hrvatske koje su važne za zakonitost i pravilnost izbora.

U točki 9. određuju se slučajevi u kojima je novinarima zabranjeno djelovati.

Uz Glavu II.

U točkama 10., 11. i 12. određuju se zajednički uvjeti pripremanja i objavljivanja emisija svih nakladnika elektroničkih medija za vrijeme praćenja izbora za zastupnike u Hrvatski sabor.

U točki 14. određeno je kako nakladnici televizije s nacionalnom koncesijom imaju mogućnost tijekom predizborne kampanje organizirati posebne emisije sa sučeljavanjem kandidata za predsjednika Vlade Republike Hrvatske i to u skladu s internim pravilima koja su dužni javno objaviti prije početka predizborne kampanje.

Uz Glavu III.

U točkama 15., 16., 17. i 18. uređuje se izvješćivanje u redovitim emisijama radija s nacionalnom pokrivenošću te predizborna promidžba u posebnim emisijama radijskih nakladnika.

Uz Glavu IV.

U točki 19. određuje se kako će nakladnici elektroničkih medija omogućiti pod jednakim uvjetima sudionicima u izborima da objavljuju promidžbene poruke u trajanju do 2 minute, ovlaštene osobe za podnošenje narudžbe za objavljivanje promidžbene poruke, dostavu, cjenik usluga, naknadu za usluge.

U točki 20. propisuju se razlozi za odbijanje emitiranja promidžbene poruke.

U točki 21. propisana je mogućnost i pravila za objavu emisija pod pokroviteljstvom.

Uz Glavu V.

U točki 22. određeno je da se ova Pravila na odgovarajući način primjenjuju i na izbore za predsjednika Republike Hrvatske i na izbore članova u Europski parlament iz Republike Hrvatske.

U točki 23. određuje se prestanak važenja važećih Pravila o postupanju elektroničkih medija s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj tijekom izborne promidžbe.

Iza točke 24. određeno je stupanje na snagu ovih Pravila.