**Рекомендація CM/Rec(2007)15**

**Комітету міністрів країнам-членам Ради Європи щодо заходів по висвітленню виборчих кампаній у засобах масової інформації**

*(Ухвалено Комітетом Міністрів 7 листопада 2007 р.*

*на 1010-му засіданні заступників міністрів)*

Комітет Міністрів, згідно зі статтею 15.b Статуту Ради Європи;

*Відзначаючи* важливу роль засобів масової інформації у сучасному суспільстві, особливо у період виборів;

*Враховуючи* постійний розвиток інформаційних і комунікаційних технологій та медійного середовища, що обумовлює необхідність внесення змін до Рекомендації R (99) 15 Комітету Міністрів щодо висвітлення виборів засобами масової інформації;

*Усвідомлюючи* необхідність врахування досі наявних істотних відмінностей між друкованими та телерадіомовними засобами масової інформації;

Враховуючи відмінності між лінійними та нелінійними аудіовізуальними медіапослугами, зокрема з точки зору їх охоплення, впливу та способу отримання;

*Наголошуючи*, що основний принцип редакційної незалежності засобів масової інформації набуває особливого значення у період виборів;

*Наголошуючи* на тому, що висвітлення виборів телерадіомовними засобами масової інформації має бути об’єктивним, збалансованим та неупередженим;

*Виходячи* з основних принципів, викладених у Резолюції № 2, ухваленій на 4-й конференції на рівні міністрів щодо політики у сфері засобів масової інформації (Прага, грудень 1994 р.), та Рекомендації R (96) 10 Комітету Міністрів щодо гарантій незалежності суспільного телерадіомовлення;

*Відзначаючи* зростання ролі суспільних засобів масової інформації в інформаційному суспільстві, детально описаної у Рекомендації Rec(2007)3 Комітету Міністрів щодо обов’язків суспільних засобів масової інформації в інформаційному суспільстві;

*Враховуючи*, що суспільні засоби масової інформації несуть особливу відповідальність перед суспільством за забезпечення об’єктивного, збалансованого та всебічного висвітлення виборів у власних програмах мовлення, що може передбачати надання політичним партіям і кандидатам на пропорційній основі безкоштовного ефірного часу;

*Відзначаючи* необхідність приділити особливу увагу таким аспектам висвітлення виборчих кампаній, як оприлюднення результатів соціологічних досліджень, платна політична реклама, забезпечення права на відповідь, заборона агітації у день напередодні виборів та надання ефірного часу у передвиборчий період;

*Підкреслюючи* важливу роль заходів саморегулювання з боку працівників засобів масової інформації – наприклад, запровадження кодексів професійної етики, у яких мають бути закріплені керівні принципи щодо відповідального, правдивого та об’єктивного висвітлення виборчих кампаній;

*Беручи до уваги* взаємодоповнюючий характер норм законодавства та заходів саморегулювання у цій сфері;

*Будучи* *переконаним* у важливості належного регулювання висвітлення виборів засобами масової інформації для забезпечення вільних та демократичних виборів та враховуючи відмінності у правових та практичних підходах країн-членів у цій сфері і той факт, що вони можуть бути предметом регулювання різних галузей права;

*Враховуючи*, що будь-які нормативно-правові акти щодо висвітлення виборів засобами масової інформації мають відповідати основним принципам свободи вираження поглядів, гарантованої статтею 10 Європейської конвенції про захист прав людини та основних свобод згідно з тлумаченням, даним Європейським Судом з прав людини;

*Виходячи* з положень Рекомендації Rec(2004)16 Комітету Міністрів щодо права на відповідь в умовах нового медіасередовища, що передбачає доступну можливість негайного або оперативного спростування неправдивої інформації,

*Рекомендує* урядам країн-членів, які досі не вжили відповідних заходів, розглянути можливість забезпечення дотримання викладених у цій рекомендації принципів висвітлення виборів засобами масової інформації і, за необхідності, здійснення заходів для впровадження цих принципів у національному законодавстві або правовій практиці згідно з вимогами конституційного права.

**Визначення термінів**

У контексті цієї рекомендації:

Під терміном "засоби масової інформації" маються на увазі компанії, що займаються створенням і розповсюдженням періодичних новин і контенту, за які несуть редакційну відповідальність незалежно від способів і технології їх розповсюдження, і які здатні охоплювати і мати безпосередній вплив на велику аудиторію. До числа таких засобів масової інформації відносяться, зокрема, друковані (газети, періодичні видання) та електронні засоби масової інформації, наприклад, мовні засоби масової інформації (радіо, телебачення та інші аудіовізуальні медіапослуги), інформаційні інтернет-ресурси (зокрема, інтернет-версії газет та розсилки новин) та нелінійні аудіовізуальні медіапослуги (зокрема, платне телебачення).

**Сфера застосування рекомендації**

Принципи, закріплені у цій рекомендації, поширюються на всі політичні вибори, що відбуваються на території країн-членів, зокрема президентські, парламентські, регіональних органів влади, а також місцеві вибори та референдуми.

Ці принципи також мають застосовуватися щодо висвітлення засобами масової інформації виборів, що відбуваються за кордоном, особливо у випадку, коли аудиторія цих засобів масової інформації знаходиться на території країни, де відбуваються вибори.

Принципи, закріплені у цій рекомендації, також мають застосовуватися у тих країнах-членах, де поняття "передвиборчий період" визначене національним законодавством.

**Принципи**

**I. Загальні положення**

*1.  Невтручання з боку органів державної влади*

Органи державної влади мають утримуватися від втручання у діяльність журналістів та інших працівників засобів масової інформації з метою впливу на перебіг виборчої кампанії.

*2.  Захист від нападів, залякування та інших форм незаконного тиску на засоби масової інформації*

Органи державної влади мають вживати необхідні заходи із забезпечення ефективного захисту журналістів та інших працівників засобів масової інформації, а також їх службових приміщень, що набуває особливого значення під час виборів. Водночас, такі заходи захисту не повинні перешкоджати діяльності засобів масової інформації.

*3.  Редакційна незалежність*

Законодавчі норми щодо висвітлення виборів засобами масової інформації мають забезпечувати редакційну незалежність засобів масової інформації.

Країни-члени мають забезпечити чітке та ефективне розмежування між управлінням засобами масової інформації і прийняттям рішень щодо змісту мовлення та здійсненням владних повноважень або політичного впливу.

*4.  Державні засоби масової інформації*

Країни-члени мають вжити заходів із забезпечення висвітлення виборів державними засобами масової інформації у об’єктивний, збалансований та неупереджений спосіб, без дискримінації або підтримки по відношенню до конкретних політичних партій або кандидатів.

При розміщенні платної політичної реклами засоби масової інформації мають забезпечити рівне і недискримінаційне ставлення до всіх політичних партій і кандидатів, які прагнуть придбати рекламний простір.

*5.  Професійні та етичні стандарти засобів масової інформації*

Усім засобам масової інформації пропонується розробити норми саморегулювання та запровадити професійні та етичні стандарти саморегулювання щодо висвітлення ними виборчих компаній, зокрема щодо дотримання принципів людської гідності та недискримінації. Ці стандарти мають відображати їх особливу роль і завдання у демократичних процесах.

*6.  Прозорість і доступність інформації про засоби масової інформації*

Засоби масової інформації, які приймають замовлення на розміщення платної політичної реклами, згідно з вимогами законодавства та норм саморегулювання мають забезпечити, щоб вона однозначно розпізнавалася як політична реклама.

У випадку, коли певні засоби масової інформації належать політичним партіям або політикам, країни-члени мають забезпечити, щоб цей факт був відомий громадськості.

*7.  Право на відповідь та еквівалентні засоби захисту*

Враховуючи швидкоплинність виборчих кампаній, будь-який кандидат або політична партія, які мають право на відповідь або еквівалентні засоби захисту згідно з національним законодавством або системою права, повинні мати можливість скористатися цим правом або еквівалентними засобами захисту у період виборів без надмірної затримки.

*8.  Соціологічні дослідження*

Норми законодавства або саморегулювання мають забезпечити, щоб засоби масової інформації, оприлюднюючи результати соціологічних досліджень, надавали громадськості необхідну інформацію, що дозволяє зробити висновки про достовірність цих досліджень.

Зокрема, можуть бути зазначені:

-   політична партія або інша організація чи особа, яка замовила та оплатила дослідження;

-   організація, що проводить дослідження, та застосована методика дослідження;

-   розмір вибірки та значення статистичної похибки для даного дослідження;

-   дата та/або період часу, коли було проведено дослідження. Рішення з будь-яких інших питань стосовно повідомлення засобами масової інформації результатів соціологічних досліджень мають прийматися засобами масової інформації самостійно.

Будь-які обмеження, прийняті країнами-членами з метою заборони публікації/оприлюднення результатів соціологічних досліджень політичних уподобань виборців у день виборів або протягом кількох днів перед виборами, мають відповідати тлумаченню статті 10 Європейської конвенції про захист прав людини та основних свобод, даному Європейським Судом з прав людини.

Аналогічно, що стосується екзит-полів, країни-члени можуть ухвалити рішення про заборону оголошення засобами масової інформації результатів екзит-полів до закриття всіх виборчих ділянок на території країни.

*9.  Агітація у день напередодні виборів*

Країни-члени можуть розглянути можливість запровадження законодавчої вимоги щодо заборони передвиборчої агітації у день напередодні виборів та усунення таких порушень.

**II.  Заходи по відношенню до телерадіомовних засобів масової інформації**

*1.  Загальні положення*

Плюралізм телерадіомовних засобів масової інформації під час виборчих кампаній має підтримуватися і бути забезпечений нормами законодавства.

Визнаючи право телерадіомовників на редакційну незалежність, нормами законодавства має бути також передбачене зобов’язання щодо об’єктивного, збалансованого та неупередженого висвітлення виборчих кампаній у рамках всіх програмних послуг телерадіомовників. Таке зобов’язання має поширюватися як на суспільні засоби інформації, так і приватні телерадіомовні компанії на території, яку охоплює їх мовлення.

Країни-члени мають можливість утриматися від застосування таких заходів по відношенню до телерадіомовних компаній, мовлення яких повністю присвячене рекламі політичної партії чи кандидата і чітко визначене як таке.

*2.  Інформаційні програми*

Якщо цього не передбачають норми саморегулювання, країни-члени мають вжити заходи для того, щоб у період виборів суспільні засоби інформації та приватні телерадіомовні компанії, зокрема, займали об’єктивну, збалансовану та неупереджену позицію у власних інформаційних програмах, зокрема у дискусійних програмах, таких як інтерв’ю або дебати.

Не допускається надання преференцій у рамках таких програм представникам державної

влади. Це питання має бути врегульоване передусім за допомогою заходів саморегулювання. У цьому зв’язку країни-члени можуть розглянути можливість надання органам державної влади, що здійснюють нагляд за висвітленням виборів, повноважень для втручання з метою усунення можливих недоліків.

*3.  Нелінійні аудіовізуальні послуги суспільних засобів масової інформації*

Щодо нелінійних аудіовізуальних послуг суспільних засобів масової інформації країни-члени мають керуватися принципами, зазначеними у пунктах 1 і 2, або аналогічними їм.

*4.  Надання політичним партіям/кандидатам безкоштовного ефірного часу або інших форм присутності у суспільних засобах масової інформації*

Країни-члени мають можливість розглянути питання доцільності впровадження законодавчих норм, згідно з якими суспільні засоби масової інформації надаватимуть політичним партіям / кандидатам у період виборів безкоштовний ефірний час у рамках власних програм мовлення та інших лінійних аудіовізуальнихмедіапослуг та/або еквівалентні форми присутності у засобах масової інформації у рамках нелінійних аудіовізуальних медіапослуг.

Ефірний час та/або еквівалентні форми присутності у засобах масової інформації мають надаватися на рівних та недискримінаційних умовах і на основі прозорих та об’єктивних критеріїв.

*5.  Платна політична реклама*

У тих країнах-членах, де політичні партії та кандидати мають право придбання рекламного простору у передвиборчих цілях, на законодавчому рівні має бути забезпечено можливість для всіх кандидатів придбати рекламний простір на рівних умовах та за однаковими розцінками.

Країни-члени можуть розглянути можливість запровадження на законодавчому рівні обмеження щодо обсягу рекламного простору і часу, які конкретні партія або кандидат можуть придбати для розміщення політичної реклами.

Не допускається участь у платній політичній рекламі постійних ведучих інформаційних програм.