



**Skupština Crne Gore
Parlamentarni institut
Istraživački centar**

Komparativni pregled:

Monitoring medija tokom izborne kampanje u zemljama EU i regiona

Podgorica, maj 2019. godine



Broj: 07/2019

Klas. br: 00-52-4/19-

Datum: maj 2019. godine

Pripremio: Istraživački centar

** Istraživački centar Skupštine Crne Gore, prilikom izrade istraživačkih radova, koristi se javno dostupnim podacima i podacima iz baza ograničenog pristupa, strogo vodeći računa o kredibilnosti izvora. Centar ulaže sve razumne napore da informacije sadržane u istraživačkom radu budu tačne i potpune, ali ne snosi odgovornost za eventualnu netačnost i nepotpunost istih. Istraživački radovi se koriste samo u svrhu za koju su izrađeni, a u skladu sa Pravilima o izradi istraživačkih radova. Stavovi izrečeni u tekstu ne predstavljaju zvaničan stav Skupštine Crne Gore, niti neophodno drugih institucija ili organizacija čiji se podaci koriste za izradu rada.*

*** Svi pojmovi upotrijebljeni u istraživačkom radu u muškom gramatičkom rodu obuhvataju muški i ženski rod lica na koja se odnose.*

SADRŽAJ

UVOD	4
1. GLAVNI NALAZI ISTRAŽIVANJA	6
2. KOMPARATIVNI PREGLED	8
2.1 Albanija	8
2.2 Austrija	8
2.3 Belgija	8
2.4 Bosna i Hercegovina	9
2.5 Češka	12
2.6 Danska	12
2.7 Estonija	12
2.8 Finska	13
2.9 Francuska	14
2.10 Grčka	17
2.11 Hrvatska	17
2.12 Irska	17
2.13 Italija	19
2.14 Litvanija	19
2.15 Mađarska	20
2.16 Makedonija	21
2.17 Njemačka	22
2.18 Poljska	23
2.19 Portugal	24
2.20 Rumunija	24
2.21 Slovačka	26
2.22 Slovenija	27
2.23 Srbija	28
2.24 Španija	29
2.25 Švedska	30
2.26 Ujedinjeno Kraljevstvo	30
3. IZVORI INFORMACIJA	32

UVOD

Sloboda medijskog izvještavanja predstavlja jedan od osnovnih principa demokratskog, slobodnog i otvorenog modernog društva. Značajan faktor u određivanju pluralizma u nezavisnosti medija je pravni kontekst u kojem djeluju. Novinari su često mišljenja da, što zakon manje uređuje njihovu oblast, to je njihov rad kvalitetniji i objektivniji. Pravni okvir za medije trebalo bi da ima za cilj stvaranje okruženja u kojem će novinari i njihova profesija napredovati, prije nego regulisanje svakog aspekta medijskog djelovanja.¹

Mediji su od suštinskog značaja za demokratiju, a održavanje demokratskih izbora nije moguće bez medija. Slobodni i fer izbori ne odnose se samo na pravo glasa i znanje o tome na koji način se glasa, već i na znanje o cjelokupnom procesu učešća u izborima gdje su birači angažovani u javnoj raspravi i imaju adekvatne informacije o partijama, politikama, kandidatima i izbornom procesu kako bi napravili izbor zasnovan na informacijama i odgovarajućem znanju. Pored toga, mediji djeluju kao kontrolor demokratskih izbora, štiteći transparentnost procesa.²

Primarna briga u vezi sa medijskim izvještavanjem o izborima je pravo birača na potpune i tačne informacije, kao i pravo da učestvuju u raspravama i dijalogu (i sa političarima) o političkim pitanjima. To podrazumijeva pravo partija i kandidata da koriste medije kao platformu za interakciju sa javnošću. Mediji imaju pravo da slobodno izvještavaju i da detaljno prate cjelokupni izborni proces. Medijsko praćenje izbora je, samo po sebi, od vitalnog značaja za sprečavanje miješanja i korupcije u pogledu upravljanja i sprovođenja izbornog procesa. Kako bi ostvarili svoju ulogu, mediji treba da održe visok nivo profesionalizma, preciznosti i nepristrasnosti u svom izvještavanju. Regulatorni okvir može doprinijeti obezbjeđenju visokih standarda. Zakoni i regulativa treba da garantuju osnovne slobode uključujući slobodu informisanja i izražavanja, kao i učešća. Štaviše, odredbe kojima se državni mediji obavezuju da će izvještavati fer i omogućiti jednak pristup opozicionim partijama, doprinose obezbjeđenju odgovarajućeg medijskog ponašanja tokom izbora.³

U skladu sa važećim crnogorskim *Zakonom o izboru odbornika i poslanika*⁴, podnosioci izbornih lista imaju pravo da, u vrijeme izborne kampanje, posredstvom nacionalnog javnog emitera Radio-televizija Crne Gore, kao i posredstvom regionalnih i lokalnih javnih emitera, u okviru istih dnevnih termina, u jednakom trajanju i besplatno obavještavaju građane o svojim kandidatima, programima i aktivnostima, vrše marketinšku promociju svojih kandidata i programa i objavljuju najave svojih promotivnih skupova, uz naknadu u skladu sa pravilima koje donosi emiter. Sa druge strane, komercijalni emiteri dužni su da podnosiocima potvrđenih izbornih lista, pod jednakim uslovima, omoguće plaćeno oglašavanje. Takođe, Radio-televizija Crne Gore, regionalni i lokalni javni emiteri obavezni su da, u vrijeme izborne kampanje, u okviru političko-informativnog programa, kao i u precizno određenim blokovima političkog marketinga, svakodnevno, u jednakom trajanju i u istom terminu, obezbijede besplatno i ravnopravno predstavljanje podnosilaca potvrđenih

Monitoring medija uključuje prikupljanje podataka i analiziranje sadržaja u vezi sa izborima štampanih, elektronskih i internet medija, i predstavljanje rezultata. Generalno, monitoring medija tokom izbora vrše:

- Organi koji upravljaju izborima (*Electoral Management Bodies - EMBs*);
- Međunarodne posmatračke misije;
- Nacionalne posmatračke grupe i organizacije civilnog društva.

Ostali organi koji vrše monitoring medija tokom izbora mogu biti medijska regulatorna tijela ili određene medijske agencije.

Izvor: *The Electoral Knowledge Network*, AceProject <https://aceproject.org/ace-en/topics/me> (6.5.2019)

¹ *The Electoral Knowledge Network*, AceProject <https://aceproject.org/ace-en/topics/me> (6.5.2019)

² *Ibid.*

³ *Ibid.*

⁴ Zakon o izboru odbornika i poslanika (*Službeni list Crne Gore*, br. 046/11 od 16.09.2011, 014/14 od 22.03.2014, 047/14 od 07.11.2014, 012/16 od 23.02.2016, 060/17 od 30.09.2017, 010/18 od 16.02.2018)

izbornih lista, iznošenje i obrazlaganje njihovih izbornih programa te objavljivanje najava svih njihovih promotivnih skupova.

Osim toga, Televizija Crne Gore i Radio Crne Gore obavezni su da, u vrijeme izborne kampanje, u odgovarajućim blokovima komercijalnog marketinga, na kanalu TV, odnosno programu Radija, podnosiocima potvrđenih izbornih lista obezbijede ravnopravno i svakodnevno besplatan prostor za emitovanje:

- političko-propagandnih TV-klipova, odnosno audio-klipova, u svim blokovima političkog marketinga, u obimu ne manjem od 200 sekundi dnevno, zavisno od planiranog broja reklamnih blokova političkog marketinga;
- 3-minutnih izvještaja sa promotivnog skupa, dva puta dnevno, u terminima odmah nakon centralnih večernih informativnih emisija TV i Radija.

U pogledu parlamentarnog tijela za monitoring medija tokom izborne kampanje, Zakon o izboru odbornika i poslanika predviđa da „Skupština posebnom odlukom obrazuje Odbor za praćenje primjene Zakona o izboru odbornika i poslanika u dijelu koji se odnosi na medije. Odbor ima deset članova i sastavljen je po paritetnoj osnovi od poslanika parlamentarne većine i parlamentarne opozicije. Iz reda članova Odbora imenuje se predsjednik i zamjenik predsjednika Odbora. Odbor se obrazuje najkasnije deset dana od dana raspisivanja izbora za poslanike. Predlog za imenovanje predsjednika, zamjenika predsjednika i članova Odbora Skupštini podnosi radno tijelo Skupštine nadležno za izbor i imenovanja. Odbor je nadležan da prati i nadgleda primjenu odredaba Zakona o izboru odbornika i poslanika koje se odnose na obaveze medija u predizbornoj kampanji, a naročito:

- 1) razmatra prigovore na postupanje medija i o njima zauzima stavove i donosi zaključke;
- 2) upozorava medije za postupanje u skladu sa ovim zakonom i otklanjanje eventualnih nepravilnosti;
- 3) javno objavljuje svoje stavove i zaključke;
- 4) obavještava Agenciju za elektronske medije i nadležne organe medija o kršenju odredaba ovog zakona od strane medija, radi preduzimanja mjera iz njihove nadležnosti prema mediju koji postupi suprotno zakonu.

Odbor odlučuje većinom glasova svih članova i nadgleda postupanje medija od dana obrazovanja do objavljivanja konačnih rezultata izbora. Mediji su dužni da odmah objave nalaz i zaključak Odbora kojim se konstatuje da je određeni medij povrijedio odredbe Zakona. Na pitanja rada Odbora koja nijesu uređena Zakonom o izboru odbornika i poslanika shodno se primjenjuje Poslovnik Skupštine Crne Gore.“ (Član 64b Zakona o izboru odbornika i poslanika)

Zakonom je predviđena i obaveza Televizije Crne Gore i Radija Crne Gore da, u vrijeme izborne kampanje, u okviru informativno-političkog programa, organizuju i emituju sedmično najmanje dvije jednoiposatne emisije sučeljavanja podnosilaca potvrđenih izbornih lista i kandidata sa tih lista, u terminu od 20 do 23 sata, u dogovoru uredništva i podnosilaca izbornih lista.

Cilj ovog istraživačkog rada je predstavljanje informacija u vezi sa monitoringom medija tokom izborne kampanje, kako u državama članicama Evropske unije, tako i u zemljama okruženja.

U tom kontekstu, u ovom radu, Istraživački centar je u skladu sa predmetom istraživačkog rada prikupio, sistematizovao i obradio podatke u vezi sa postojanjem zakonske obaveze javnih i privatnih medija u pogledu pružanja jednakih mogućnosti političkim partijama, koalicijama i kandidatima koji učestvuju na izborima; postojanjem, sastavom i načinom funkcionisanja parlamentarnog tijela za monitoring medija tokom predizborne kampanje kao i nacionalne agencije/organizacije čija je nadležnost monitoring medija, kako u državama članicama Evropske unije, tako i u zemljama regiona. S tim u vezi, radom su obuhvaćene sljedeće zemlje: **Albanija, Austrija, Belgija, Bosna i Hercegovina, Češka, Danska, Estonija, Finska, Francuska, Grčka, Hrvatska, Irska, Italija, Litvanija, Mađarska, Makedonija, Njemačka, Poljska, Portugal, Rumunija, Slovačka, Slovenija, Srbija, Španija, Švedska i Ujedinjeno Kraljevstvo**. Podaci u vezi sa navedenom tematikom prikupljeni su analizom pravnog okvira koji uređuje ovo pitanje, te uvidom u zvanične internet stranice relevantnih institucija i organizacija kao i odgovore nacionalnih parlamenata na upitnik⁵ posredstvom mreže Evropskog centra za parlamentarna istraživanja i dokumentaciju (*European Centre for Parliamentary Research and Documentation – ECPRD*) u vezi sa monitoringom medija tokom izborne kampanje.

⁵ ECPRD Request 3145 – *Media monitoring during election campaign*, Jun 2016.

1. GLAVNI NALAZI ISTRAŽIVANJA

Kada su u pitanju parlamentarna tijela zadužena za monitoring medijskog izvještavanja tokom predizborne kampanje, od 26 evropskih zemalja obuhvaćenih istraživanjem takvo tijelo postoji jedino u **Italiji**. U Parlamentu Italije postoji Parlamentarni odbor za radio i TV usluge, koji nadzire pravilnu primjenu pravila u ovoj oblasti, i može propisati sankcije u slučaju kršenja istih. Odbor definiše pravila u vezi sa političkom komunikacijom tokom izbornog perioda, poput prezentacije političkih lidera na TV i radiju, informativnih programa, predstavljanja izbornih listi, debatama, intervjuima itd. Takođe, specifična situacija je i u **Grčkoj**, gdje se na osnovu akta ministra unutrašnjih poslova, na početku svakog izbornog perioda osniva odbor čiji su članovi predstavnici svih političkih partija koje učestvuju na izborima, a predsjednik odbora je upravo ministar unutrašnjih poslova. Nadležnost odbora je razmatranje predloga u vezi sa uslovima i pravilima održavanja izbora. Osim toga, u **Rumuniji** je, odlukom Parlamenta iz februara 2013. godine, osnovan Zajednički odbor Gornjeg i Donjeg doma Parlamenta za elaboraciju zakonodavnih predloga u vezi sa izbornim zakonodavstvom.

Kada je riječ o pravnoj obavezi medija da svim učesnicima na izborima obezbijede jednake mogućnosti, ta pravna obaveza propisana je na određeni način u gotovo svim zemljama obuhvaćenim istraživanjem. Izuzetak u tom pogledu predstavljaju **Austrija, Danska i Estonija**, gdje zakonodavstvo ne predviđa eksplicitne obaveze ni državnih niti privatnih medija u pogledu pružanja jednakih mogućnosti političkim partijama, koalicijama i kandidatima koji učestvuju na izborima. Određeni broj država propisuje određene obaveze u ovom pogledu isključivo za državne medije, dok su privatni mediji izuzeti od ovakvih uslova. Takav je slučaj, na primjer, u **Mađarskoj**, gdje je za javne medijske kuće emitovanje političkih reklama obaveznog karaktera, dok privatne medijske kuće nemaju obavezu emitovanja istih, **Češkoj**, gdje je svim političkim partijama garantovano besplatno vrijeme emitovanja na javnom servisu, dok za privatne medije takva obaveza ne postoji, te u **Finskoj i Srbiji**, gdje je propisano da državni mediji imaju obavezu politički nepristrasnog izvještavanja i jednakog predstavljanja kandidata, dok se privatni mediji ne pominju u tom kontekstu. Za razliku od njih, u **Portugalu** je izbornim zakonom predviđeno određeno vrijeme emitovanja političkih programskih sadržaja tokom predizborne kampanje, kako za državne tako i za privatne medije. U **Bosni i Hercegovini**, organ nadležan za regulisanje rada elektronskih medija može izuzeti privatni elektronski medij od primjene odredaba Zakona koje se odnose na ulogu medija tokom izborne kampanje, na osnovu pismenog zahtjeva.

Kada je u pitanju regulisanje medijskog izvještavanja tokom predizborne kampanje, gotovo u svim državama postoje određena tijela koja, iako nijesu u sklopu Parlamenta, zadužena su za ovu oblast. U **Rumuniji** postoji Nacionalni audiovizuelni savjet, sačinjen od 11 članova koje biraju Parlament (6), Predsjednik (2) i Vlada (3), koji predstavlja nezavisno javno tijelo pod parlamentarnom kontrolom, i garant je javnog interesa u oblasti radiodifuzije. U **Poljskoj** nezavisno tijelo, Nacionalni savjet za radiodifuziju i televiziju, ima zadatak da štiti slobodu govora, pravo na informacije, kao i javni interes u vezi sa radiodifuzijom i televizijom, a čini ga pet članova, od čega dva imenuje predsjednik, dva Sejm (Donji dom Parlamenta) i jednog Senat (Gornji dom Parlamenta). U **Francuskoj**, Visoki savjet za audiovizuelne medije, kao nezavisan organ uprave, obezbjeđuje poštovanje pluralizma u izbornim kampanjama. Savjet upravlja svim TV kanalima, sa izuzetkom posebnog parlamentarnog kanala. Parlamentarni kanal uživa uređivačku nezavisnost, koju garantuje njihov predsjednik i upravni odbor, dok Biro oba doma Parlamenta kontroliše poštovanje pluralizma. Najviši organ javnog radiodifuznog servisa **Estonije** je Savjet, čiji je osnovni zadatak da planira aktivnosti javnog radiodifuznog servisa, organizuje upravljanje javnim radiodifuznim servisom te vrši nadzor nad aktivnostima upravnog odbora. U pogledu javnog radiodifuznog servisa, Parlament Estonije, na predlog Odbora za kulturu, imenuje po jednog predstavnika iz svakog poslaničkog kluba u Parlamentu. U **Finskoj** djelovanje javnog servisa pod nadzorom je Administrativnog savjeta, čije članove imenuje Parlament. Javni servis obavezan je da se vodi principom političke nepristrasnosti, što je i propisano Zakonom o političkim partijama, kao i Etičkim smjernicama. Rad javnog servisa u **Češkoj** pod nadzorom je Savjeta, čije članove imenuje Parlament.

U **Slovačkoj**, *Savjet za emitovanje i reemitovanje* predstavlja organ uprave koji sprovodi državnu regulativu u oblasti radio i TV programa, reemitovanja i pružanja audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev, dok u **Irskoj** tu ulogu vrši *Organ za radiodifuziju*, čiji je zadatak, između ostalog, obezbjeđivanje nepristrasnosti i objektivnosti u izvještavanju. U **Bosni i Hercegovini**, *Regulatorna agencija za komunikacije BiH* ima nadležnost da nadzire rad elektronskih medija u BiH, te donosi sankcije u slučaju kršenja propisa u ovoj oblasti. *Ofcom* je medijski regulator u **Ujedinjenom Kraljevstvu** koji reguliše rad sektora televizije, radija, fiksne i mobilne telefonije, poštanskih usluga i slično. *Ofcom* predstavlja nezavisno tijelo koje za svoj rad odgovara Parlamentu.

Distribuciju slobodnog prostora u medijima u **Španiji** vrši *Centralni izborni odbor* na osnovu predloga Komisije Radija i Televizije koju čine predstavnici političkih partija zastupljenih u Parlamentu. Zadatak Odbora je distribucija slobodnog prostora rezervisanog u javnim radio i televizijskim stanicama za emitovanje izbornih poruka, među političkim partijama. U **Albaniji**, *Centralna izborna komisija* dužna je da najkasnije 40 dana prije početka izborne kampanje osnuje *Odbor za nadzor nad medijima*, koji je zadužen za vršenje nadzora nad sprovođenjem odredaba Zakona od strane državnih i privatnih radio i televizijskih stanica, dok se svi programski sadržaji posvećeni predizbornoj kampanji registruju kod *Centralne izborne komisije*. U **Portugalu** se praćenjem medijskog izvještavanja tokom predizborne kampanje primarno bavi *Državna izborna komisija*, kojoj se takođe dostavljaju planovi emitovanja tokom kampanje, dok određenu ulogu u tom pogledu ima još jedan državni organ, *Regulator za medije*. *Centralna izborna komisija* u **Litvaniji** predstavlja vrhovnu državnu insituciju čija je nadležnost organizacija i sprovođenje parlamentarnih, predsjedničkih i lokalnih izbora, izbora za Evropski parlament kao i referenduma.

Takođe, u svim analiziranim državama postoje autonomna samoregulatorna tijela sastavljena od predstavnika svih relevantnih medija, koja se takođe bave ovom problematikom, ali nijesu povezana sa državnim organima, već predstavljaju nezavisne institucije. Detaljniji pregled institucionalnih rješenja iz ove oblasti u pojedinačnim državama predstavljen je u nastavku rada.

2. KOMPARATIVNI PREGLED

2.1 Albanija

*Izbornim zakonom Albanije*⁶ predviđeno je da *Centralna izborna komisija* 40 dana prije početka izborne kampanje osniva *Odbor za nadzor nad medijima* koji je zadužen za vršenje nadzora nad sprovođenjem odredaba Zakona od strane državnih i privatnih radio i televizijskih stanica. Odbor u vršenju svojih dužnosti sarađuje sa *Nacionalnim savjetom za radio i televiziju*, koristeći postojeće kapacitete ove institucije. Najkasnije tri mjeseca prije dana održavanja izbora, Odbor i Nacionalni savjet potpisuju memorandum o razumijevanju kojim uređuju pravila, modalitete i vremensko ograničenje za korišćenje tehničkih kapaciteta Nacionalnog savjeta za potrebe monitoringa.

Odbor, na dnevnoj osnovi, podnosi izvještaj *Centralnoj izornoj komisiji* o zaključcima u vezi sa monitoringom za prethodni dan. Izvještaj je, po potrebi, praćen predlozima eventualnih administrativnih sankcija. Odbor ima pravo da predloži preduzimanje administrativnih mjera a isto pravo može koristiti i svaki član Odbora pojedinačno. Kopija izvještaja, zajedno sa mišljenjem *komisija administrativnih izbornih zona*⁷, prosljeđuje se *Odboru za nadzor nad medijima* i postaje sastavni dio dnevnih izvještaja koje objavljuje *Centralna izborna komisija*.

Odbor za nadzor nad medijima ima sedam članova, koji su izabrani od strane članova *Centralne izborne komisije* (svaki član CIK bira po jednog člana Odbora). Članovi Odbora moraju biti novinari po profesiji ili radnom iskustvu, analitičari ili medijski istraživači.

Državni i privatni radio i televizijski emiteri obavezni su da registruju sve svoje programske sadržaje za vrijeme trajanja predizborne kampanje. Ove registracije čuvaju se tri mjeseca po zaključenju izbora, i dostavljaju se *Centralnoj izornoj komisiji* na njen zahtjev.

U Albaniji ne postoji parlamentarno tijelo zaduženo za praćenje medijskog izvještavanja tokom predizborne kampanje. Mediji su osnovali određeni broj samoregulatornih tijela, koja su u njihovoj isključivoj nadležnosti, i nijesu ni na koji način povezana sa državnim organima.

2.2 Austrija

U skladu sa *Zakonom o Radiodifuznoj korporaciji Austrije*, Radiodifuzna korporacija u obavezi je da obezbijedi objektivno i nepristrasno izvještavanje imajući u vidu različita mišljenja. Međutim, ne postoji eksplicitna obaveza u pogledu jednakih mogućnosti za sve partije ili kandidate koji učestvuju na izborima. Ova obaveza ne postoji ni kada je riječ o privatnim medijima.

Regulatorno tijelo za radiodifuziju i telekomunikacije ima određene nadležnosti u pogledu nadzora ali nije eksplicitno nadležno za monitoring medija.⁸

2.3 Belgija

U federalnoj Belgiji, oblast medija jedna je od nadležnosti zajednica. Do 2010. godine, sve političke partije, u zavisnosti od zastupljenosti u Flamanskom parlamentu, tokom izborne kampanje (četiri mjeseca prije održavanja izbora) imale su na raspolaganju vrijeme za oglašavanje u javnim medijima. Ovaj sistem zamijenjen je mogućnošću za sve političke partije da kupe vrijeme za političke reklame u svim medijima.

Svaka radio i televizijska stanica u francuskoj zajednici u Belgiji koja želi da prati izbore ili emituje informativne programe, u obavezi je da usvoji pravila koja se odnose na izbore. Pravila treba da

⁶ The Electoral Code of the Republic Of Albania (Approved by Law no. 10 019, dated 29 December 2008, amended by Law no. 74/2012, dated 19 July 2012 and Law no. 31/2015, dated 2 April 2015), <https://www.osce.org/albania/159501?download=true> (10.5.2019)

⁷ U skladu sa članom 27 *Izbornog zakona Albanije*, izborne administrativne zone osnivaju se i funkcionišu u skladu sa ovim Zakonom za sve vrste izbora i referenduma. Teritorijalna nadležnost Izborne administrativne zone, po pravilu, ista je kao i administrativna teritorija opštine. Opštine koje imaju više od 80.000 stanovnika sa biračkim pravom dijele se na više izbornih administrativnih zona u skladu sa sljedećim kriterijumima: neodvojivost teritorije administrativne jedinice, osim za one sa više od 80.000 birača; blizina i kompaktnost teritorije; dobre mogućnosti prevoza unutar teritorije i približan broj birača.

⁸ ECPRD Request 3145 – *Media monitoring during election campaign*, June, 2016.

sadrže opis kako će radio ili televizija pokrivati izbore, dok će urednici definisati načine izvještavanja u skladu sa njihovom uređivačkom slobodom. Pravila se prosljeđuju *Visokom savjetu za audiovizuelne medije* u cilju informisanja a potom se objavljuju na internet stranicama izdavača. U slučaju da izdavači ne posjeduju internet stranicu, pravila se objavljuju na internet stranicama Savjeta. Ipak, usvojena pravila moraju biti u skladu sa određenim principima. U središtu ovih principa nalazi se ravnoteža i zastupljenost različitih političkih tendencija, onemogućavanje direktnog pristupa emitovanju nedemokratskim partijama, emitovanje rezultata istraživanja i sl.

Flamanski medijski regulator predstavlja vanjsku nezavisnu agenciju koja ima svojstvo pravnog lica a čija je nadležnost nadzor nad usklađenošću i kršenjem odredaba *Zakona o radio-televizijskom emitovanju*.

Visoki savjet za audiovizuelne medije je nezavisni organ uprave nadležan za regulisanje audiovizuelnih usluga u Federaciji Valonija-Brisel. Jedan od njegovih sastavnih djelova je *Kolegijum za autorizaciju i kontrolu* koji predstavlja odlučujuću instancu, sa mogućnošću sankcionisanja urednika usluga, distributera usluga i mreže u slučaju kršenja njihovih pravnih ili ugovornih obaveza.

U Parlamentu Belgije ne postoji tijelo zaduženo za nadzor medija tokom predizborne kampanje.⁹

2.4 Bosna i Hercegovina

Posebno poglavlje *Izborno zakon Bosne i Hercegovine*¹⁰ posvećeno je pitanju uloge medija u izbornoj kampanji. U skladu sa odredbama Zakona, mediji u BiH pravedno, profesionalno i stručno prate izborne aktivnosti uz dosljedno poštovanje novinarskog kodeksa, te opšte prihvaćenih demokratskih principa i pravila, naročito osnovnog principa slobode izražavanja.

Elektronski mediji prate predizborne aktivnosti i pridržavaju se principa uravnoteženosti, pravednosti i nepristrasnosti. U emisijama elektronskih medija nijedan politički subjekat ne može imati povlašćen položaj u odnosu na drugi politički subjekat. Funkcioneri na svim nivoima vlasti koji su kandidati na izborima ne smiju imati povlašćen položaj u odnosu na druge učesnike u izbornom procesu. Informisanje o redovnim aktivnostima funkcionera na svim nivoima vlasti dopušteno je u okviru informativnih programa elektronskih medija, bez navođenja njihove kandidature na izborima i stranačke pripadnosti, kada god se radi o aktivnostima koje proizilaze iz zakonom utvrđenog djelokruga organa kojima pripadaju.

Elektronski mediji naročito vode računa o tome da se principi uravnoteženosti, pravednosti i nepristrasnosti poštuju u informativnim emisijama, naročito u emisijama aktuelnih vijesti, zatim u intervjuima, te u raspravama o aktuelnim političkim temama, poput okruglih stolova, koje tematski nijesu u direktnoj vezi sa izbornim aktivnostima političkih subjekata, ali bi mogle imati uticaj na raspoloženje birača.

Mediji prilikom objavljivanja rezultata istraživanja javnog mnjenja jasno i nedvosmisleno o tome obavještavaju javnost navodeći:

- a) naziv institucije ili ime lica koje je naručilo i platilo istraživanje;
- b) naziv i sjedište institucije koja je sprovedla istraživanje;
- c) ispitni uzorak i mogućnost odstupanja u ishodu istraživanja;
- d) period u kojem je sprovedeno istraživanje.

Rezultati telefonskog anketiranja ili uličnih anketa sprovedenih među biračima tokom izborne kampanje ne prezentuju se kao siguran i autentičan stav određene društvene grupe, što je medij, koji sprovodi anketiranje i objavljuje rezultate, dužan posebno da naglasi. Novinari i voditelji u

⁹ ECPRD Request 3145 – *Media monitoring during election campaign*, June, 2016.

¹⁰ Izborni zakon Bosne i Hercegovine ("Sl. glasnik BiH", br. 23/2001, 7/2002, 9/2002, 20/2002, 25/2002 - ispr., 4/2004, 20/2004, 25/2005, 77/2005, 11/2006, 24/2006, 33/2008, 37/2008, 32/2010, 48/2011 - odluka US, 63/2011 - odluka US, 18/2013, 7/2014, 31/2016 i 54/2017 - odluka US), <https://www.paragraf.ba/propisi/bih/izborni-zakon-bosne-i-hercegovine.html> (6.5.2019)

elektronskim medijima ne smiju u redovnim i posebnim emisijama da iznose svoju eventualnu partijsku pripadnost ili naklonost.

Redosljed nastupa za direktno obraćanje političkih subjekata u posebnim emisijama utvrđuje se žrijebanjem uoči početka izborne kampanje, a u prisustvu predstavnika političkih subjekata.

Elektronski mediji obavještavaju sve političke subjekte o terminima učešća u posebnim emisijama. Jednom utvrđeni termini u emisijama elektronskih medija ne mogu se mijenjati, a nepojavljivanje predstavnika političkog subjekta u dogovoreni termin emisije smatra se svojevrsnim odustajanjem od izborne promocije putem elektronskih medija.

Javni elektronski mediji dužni su da besplatno i u potpunosti objavljuju radio i TV spotove, saopštenja i informacije Centralne izborne komisije BiH kako bi birači bili informisani o svim aspektima izbornog procesa. Ukoliko javni elektronski medij odbije da postupi u skladu Zakonom, Centralna izborna komisija BiH može da podnese prijavu Regulatornoj agenciji za komunikacije.

U periodu od 48 sati prije otvaranja biračkih mjesta pa do zatvaranja biračkih mjesta rezultati istraživanja javnog mijenja u vezi sa glasanjem i izborima se ne objavljuju.

U periodu od 24 sata prije otvaranja biračkih mjesta na teritoriji Bosne i Hercegovine nema nikakvog medijskog izvještavanja o bilo kakvoj aktivnosti koja se odnosi na političku i izbornu kampanju a period izborne tišine traje do zatvaranja biračkih mjesta.

Elektronski mediji, pod jednakim uslovima, svakom političkom subjektu omogućavaju plaćeno političko oglašavanje (oglasi, javni pozivi, spotovi i bilo koji drugi vid promocije političkog subjekta) u periodu od 30 dana prije dana održavanja izbora. Takođe, omogućavaju da plaćena politička oglašavanja budu jasno odvojena od preostalog programa i da ne ulaze u limit o dozvoljenom reklamnom vremenu koje utvrđuje Regulatorna agencija za komunikacije BiH. Zahtjevi za plaćeno političko oglašavanje primaju se od političkih subjekata direktno, odnosno preko pravnih ili fizičkih lica, koje politički subjekti ovlaste. Zahtjevi sa sadržajem oglašavanja moraju se elektronskom mediju dostaviti najkasnije 48 sati prije emitovanja. Novčanu nadoknadu za usluge objavljivanja naručilac je dužan da uplati unaprijed prema cjenovniku koji ne može biti veći od postojećeg cjenovnika marketinške usluge elektronskog medija.

Elektronski medij ima pravo da odbije da emituje političko oglašavanje ukoliko:

- a) oglašavanje nije naručeno putem zahtjeva u pisanom obliku;
- b) oglas ne zadovoljava tehničke i profesionalne standarde koji su jasno utvrđeni i sa kojim su politički subjekti blagovremeno upoznati;
- c) je oglas ili sadržaj oglasa suprotan Ustavu ili zakonima BiH.

Javni elektronski mediji u periodu od 30 dana prije dana održavanja izbora ravnopravno i fer predstavljaju političke subjekte i informišu javnost o svim pitanjima u vezi sa izbornom kampanjom i izbornim procesom. Takođe, javni elektronski mediji u periodu od 30 dana prije dana održavanja izbora omogućavaju političkim subjektima besplatan termin za neposredno obraćanje. Međutim, zabranjeno je vođenje plaćene izborne kampanje putem elektronskih i štampanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova organa i statutarne tijela političkih subjekata, u periodu od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje. Osim toga, zabranjeno je i vođenje izborne kampanje putem elektronskih i štampanih medija koja je stereotipnog i uvrjedljivog sadržaja u odnosu na muškarce i/ili žene ili koja podstiče stereotipno i uvrjedljivo ponašanje na osnovu pola ili ponižavajući odnos prema pripadnicima različitih polova. Centralna izborna komisija BiH svojim propisima utvrđuje koliko vremena se dodjeljuje političkim subjektima, termin i trajanje emitovanja i geografska područja pokrivena tim emitovanjem a javni elektronski medij omogućava, pod jednakim uslovima, u periodu od 30 dana prije dana održavanja izbora plaćeno političko oglašavanje političkim subjektima u trajanju od najviše 30 minuta sedmično.

Privatni elektronski mediji omogućavaju, pod jednakim uslovima, u periodu od 30 dana prije dana održavanja izbora plaćeno političko oglašavanje političkim subjektima u trajanju od najviše 60

minuta sedmično. Privatni elektronski mediji mogu u periodu od 30 dana prije dana održavanja izbora omogućiti političkim subjektima besplatan termin za neposredno obraćanje, ali pod jednakim uslovima za sve. Na pismeni zahtjev, organ nadležan za regulisanje rada elektronskih medija može izuzeti privatni elektronski medij od primjene odredaba Izbornog zakona. Međutim, ovo se ne odnosi na privatne elektronske medije koji emituju vlastiti informativno-politički program ili ga preuzimaju od drugog elektronskog medija.

Za rješavanje po prigovorima na povrede navedenih odredaba Zakona od strane političkih subjekata nadležna je *Centralna izborna komisija BiH*.

Takođe, *Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine* je na 7. sjednici, održanoj 28. februara 2018. godine, donijela *Pravilnik o medijskom predstavljanju političkih subjekata u periodu od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora*¹¹ koji kroz 14 članova reguliše ovu tematiku.

Osim toga, određene nadležnosti u ovoj oblasti ima i *Regulatorna agencija za komunikacije BiH (RAK)*¹² koja je osnovana 2. marta 2001. godine spajanjem nadležnosti Nezavisne komisije za medije i Regulatorne agencije za telekomunikacije koje su do tada radile odvojeno. Agencija djeluje na državnom nivou i njen mandat je definisan *Zakonom o komunikacijama BiH*. U skladu sa *Zakonom o komunikacijama BiH*, nadležnosti Agencije su: kreiranje i promovisanje pravila u sektorima emitovanja i telekomunikacija, licenciranje operatora u sektorima emitovanja i telekomunikacija, planiranje, upravljanje i dodjeljivanje frekventnog spektra, primjenjivanje tehničkih i drugih standarda koji se tiču kvaliteta, te uspostavljanje i održavanje sistema naknada za dozvole.

S tim u vezi, u skladu sa odredbama *Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u periodu od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora* elektronski mediji najmanje sedam dana unaprijed šalju raspored planiranih političkih programa RAK-u. Sve izmjene planiranih programa ili političke emisije isplanirane u kratkom roku prijavljuju se RAK-u u što kraćem roku. Elektronski mediji čuvaju detaljne zapise o vremenskom rasporedu emitovanja političkih oglašavanja, vremenskom rasporedu i sadržaju političkih programa, kao i pokrivenosti političkih događaja, i takve zapise daju na javni uvid. Takvi zapisi šalju se RAK-u svakog ponedjeljka za prethodnu sedmicu a moraju sadržati i izvještaj o primljenim i realizovanim zahtjevima za plaćeno političko oglašavanje. RAK može od medija u svakom trenutku da zatraži zbirni izvještaj o političkom oglašavanju i političkim programima, kao i izvještaj o vremenu datom svakom političkom subjektu.

Osim toga, Savjet ministara Bosne i Hercegovine na 87. sjednici održanoj 29. decembra 2016. godine, usvojio je *Pregled povreda i odgovarajućih kazni koje izriče Regulatorna agencija za komunikacije*.¹³ U skladu sa ovim dokumentom pružalac medijskih usluga koji prekrši primjenjive odredbe Izbornog zakona Bosne i Hercegovine i podzakonskih akata Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine, kažnjava se novčanom kaznom od 511 eura do 38.346¹⁴ eura.

*Savjet za štampu u BiH*¹⁵ predstavlja samoregulatorno tijelo za štampane i *online* medije čija je misija unapređivanje etičkih i profesionalnih standarda u štampanim i *online* medijima, nadgledanje primjene Kodeksa za štampu i *online* BiH, te stalna edukacijom novinara i javnosti o potrebi poštovanja slobode izražavanja i odgovornog, profesionalnog izvještavanja u štampi i *online* medijima. U skladu sa Izbornim zakonom, politički subjekti primjedbe na sadržaj u štampanim medijima u vezi sa praćenjem izborne kampanje upućuju Savjetu za štampu.

¹¹ Pravilnik o medijskom predstavljanju političkih subjekata u periodu od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora, <http://www.sluzbenilist.ba/page/akt/iMWzgFQosOc>=(6.5.2019)

¹² Regulatorna agencija za komunikacije BiH, RAK <http://www.rak.ba> (7.5.2019)

¹³ Pregled povreda i odgovarajućih kazni koje izriče Regulatorna agencija za komunikacije, <http://www.sluzbenilist.ba/page/akt/Xcgztz5k76kjin45hS76a2uN0>=(6.5.2019)

¹⁴ Oanda Currency Converter, 1€=1,95BAM, <https://www.oanda.com/currency/converter/> (6.5.2019)

¹⁵ Savjet za štampu u BiH, <https://www.vzs.ba/index.php> (7.5.2019)

2.5 Češka

U skladu sa *Zakonom o parlamentarnim izborima*, političke partije u Češkoj imaju pravo na predstavljanje na državnim radio i televizijskim kanalima, dok takva obaveza ne važi za privatne medije. Ovaj Zakon predviđa da državni radio i televizija moraju izdvojiti ukupno po 14 sati besplatnog emitovanja svim političkim partijama, pokretima i koalicijama čije su liste kandidata registrovane u okviru parlamentarnih izbora. Emitovanje pomenutih programskih sadržaja počinje 16 dana prije datuma održavanja izbora a završava se 48 časova prije tog datuma. Predviđeno vrijeme emitovanja dijeli se jednako među svim partijama, pokretima i koalicijama. Termini pojedinačnih emitovanja određuju se žrijebom. Političke partije, pokreti i koalicije snose potpunu odgovornost za svoja emitovanja.

U Parlamentu Češke ne postoji radno tijelo zaduženo za praćenje rada medija. Donji dom imenuje članove savjeta nacionalnog radija i televizije. Ovi savjeti predstavljaju tijela putem kojih javnost ostvaruje svoje pravo na kontrolu državnih radio i TV stanica, a njihovi članovi imenuju se imajući u vidu zastupljenost svih važnijih regionalnih, političkih, društvenih i kulturnih mišljenja i interesa.¹⁶

2.6 Danska

U Danskoj ne postoji parlamentarno tijelo koje je zaduženo za obezbjeđivanje nepristrasnosti medija, niti pravne obaveze u smislu pružanja jednakih mogućnosti svim partijama ili kandidatima tokom predizborne kampanje. Regulisanje aktivnosti medija u nadležnosti je Ministarstva kulture. Javni servis, u skladu sa zakonom, dužan je da obezbijedi raznovrstan i balansiran programski okvir namijenjen svim djelovima stanovništva.

2.7 Estonija

Zakonodavstvo Estonije ne predviđa pravnu obavezu javnih i privatnih medija u pogledu pružanja jednakih mogućnosti političkim partijama, koalicijama i kandidatima koji učestvuju na izborima. U tom pogledu, primjenjuju se opšte demokratske norme.

Zakonom o javnom radiodifuznom servisu predviđeno je da je javni radiodifuzni sistem nezavisan u proizvodnji i prenosu svojih programa, programskih usluga i ostalih medijskih usluga te da su programske usluge raznovrsne i da se na uravnotežen način bave temama društvenog života. Takođe, Zakonom je predviđeno da programi javnog radiodifuznog servisa treba da budu politički izbalansirani. Zahtjev za politički balans naročito se primjenjuje u periodu aktivne izborne propagande tokom predsjedničkih, parlamentarnih, lokalnih te izbora za Evropski parlament. U tom pogledu, javni radiodifuzni servis pruža jednake mogućnosti svim kandidatima koji učestvuju na izborima za predsjednika Republike, svim političkim partijama i nezavisnim kandidatima koji učestvuju na izborima za članove nacionalnog i Evropskog parlamenta kao i na izborima za lokalne vlasti. Slično izborima za lokalne vlasti, jednake mogućnosti neophodno je obezbijediti i na referendumima. Pravila u vezi sa izborima u okviru programskih usluga javnog radiodifuznog servisa odobrava Javni radiodifuzni savjet i pravila je neophodno utvrditi najkasnije u roku od sedam dana od dana raspisivanja izbora.

U Parlamentu Estonije ne postoji tijelo zaduženo za nadzor medija tokom predizborne kampanje.

Najviši organ javnog radiodifuznog servisa je Savjet čiji je osnovni zadatak da planira aktivnosti javnog radiodifuznog servisa, oraganizuje upravljanje javnim radiodifuznim servisom te vrši nadzor nad aktivnostima upravnog odbora. U pogledu javnog radiodifuznog servisa, Parlament Estonije, na predlog Odbora za kulturu, imenuje po jednog predstavnika iz svakog poslaničkog kluba u Parlamentu. Nakon raspuštanja saziva, članovi Savjeta koji su članovi Parlamenta ostaju članovi Savjeta do stupanja na snagu odluke o imenovanju novih članova Parlamenta.¹⁷

¹⁶ ECPD Request 3145 – Media monitoring during election campaign, June, 2016.

¹⁷ ECPD Request 3145 – Media monitoring during election campaign, June, 2016.

Samoregulatorno tijelo u Estoniji koje daje stručno mišljenje o kvalitetu medija za širu javnost je Savjet za štampane medije Estonije¹⁸. Savjet za štampane medije može imati najviše 17 članova, od čega njih sedam predstavljaju organizacije koje nijesu iz oblasti medija. Trenutno, Savjet ima devet članova: dva aktivna novinara, dva profesora novinarstva, jedan profesor iz oblasti medija, jedan predstavnik unije potrošača, jedan pisac, jedan advokat i jedan menadžer udruženja medija.

Savjet za štampane medije osnovalo je Novinsko udruženje Estonije 1991. godine. U aprilu 1997. godine, nekoliko medijskih organizacija donijelo je odluku o reorganizaciji Savjeta i osnovalo je neprofitnu organizaciju koju čine Novinsko udruženje, Udruženje emitera, Unija novinara, Unija medijskih edukatora i Unija potrošača.

Ciljevi neprofitne organizacije su:

- zaštita slobode štampe;
- razmatranje žalbi u vezi sa masovnim medijima sa aspekta dobrog ponašanja;
- pružanje podrške razvoju stručnih vještina novinara (uključujući i percepciju etike) i poštovanje dobre novinarske tradicije.

2.8 Finska

U Finskoj ne postoji parlamentarno tijelo koje je zaduženo za obezbjeđivanje nepristrasnosti medija. Aktivnost medija regulisana je jedino od strane samoregulatornog tijela, Savjeta za masovne medije, koji je osnovan 1968. godine od strane novinara i izdavača.

Javni servis Finske (Yle) u državnom je vlasništvu i pod nadzorom Administrativnog savjeta čije članove imenuje Parlament. Javni servis sastoji se od četiri televizijska kanala i šest radio stanica, sa više od 20 regionalnih radio programa. Kao nacionalni javni servis, RTV Finske je politički i finansijski nezavisna. Zakonom je utvrđeno da svi programi javnog servisa moraju podržavati demokratiju i pravo na učešće svakog pojedinca, obezbjeđujući širok spektar informacija, mišljenja i debata, kao i mogućnosti za interakciju.

Finski *Zakon o partijama* predviđa obavezu nepristrasnosti: državna vlast, kao i svaka institucija pod državnim upravom mora pružati jednak tretman svim političkim partijama u skladu sa jednakim kriterijumima. Javni servis, u skladu sa tom odredbom, mora poštovati ovaj princip u svim aspektima koji se odnose na emitovanje programskih sadržaja.

Javni servis se takođe vodi sopstvenim internim dokumentom, odnosno *Etičkim smjernicama za proizvodnju programskih sadržaja*, koje sadrže poglavlje posvećeno predizbornim programima i prezentaciji kandidata. Administrativni savjet odlučuje o principima koji se primjenjuju na posebne predizborne emisije. Principe kojih treba da se pridržavaju posebne predizborne emisije, koje prethode parlamentarnim, evropskim, lokalnim ili predsjedničkim izborima, ustanovljava Administrativni savjet, na osnovu člana 10 *Zakona o političkim partijama*. Administrativni savjet uzima u obzir programski kontekst.

Predstavljanje kandidata u programima Javnog servisa mora biti takvo da nijedan kandidat ne dobija prednost u odnosu na ostale. Javni servis treba da izvještava o izborima na pouzdan, nezavisan i nepristrasan način. Kandidati se mogu pojavljivati u programima tokom predizborne kampanje, ali njihova pojavljivanja u okviru informativnih emisija moraju biti opravdana novinarskim kriterijumima. U okviru ostalih sadržaja Javni servis teži da koordinira pojavljivanja kako bi bio obezbijeđen jednak tretman za sve kandidate. Zaposleni na uredničkim pozicijama, kao i producenti programskih sadržaja koji žele da se kandiduju na izborima, ili uključe u predizbornu kampanju nekog od kandidata, će u najkraćem roku biti premješteni na radno mjesto na kojem ne mogu imati uticaja na izvještavanje i time ugroziti pouzdanost, nepristrasnost i nezavisnost Javnog servisa. Tokom predizborne kampanje i ostali producenti programskih sadržaja

¹⁸ Savjet za štampane medije Estonije (*Estonian Press Council*), http://www.asn.org.ee/english/in_general.html (7.5.2019)

bi trebalo da razmotre uticaj koji bi njihov javni politički angažman mogao imati na reputaciju Javnog servisa kao pouzdanog, nepristrasnog i nezavisnog medija.

Privatne medijske kuće u Finskoj ipak ne podliježu ovakvim ograničenjima. Iako postoji *Zakon o obezbjeđivanju slobode izražavanja masovnih medija*, njime je predviđeno da će miješanje u aktivnost medija biti opravdano jedino u slučajevima kada je neizbježno, uzimajući u obzir značaj slobode izražavanja u demokratskom sistemu zasnovanom na vladavini prava. Stoga, ovaj Zakon ne sadrži nikakve obaveze koje se tiču političke nepristrasnosti privatnih medijskih kompanija.¹⁹

2.9 Francuska

U Francuskoj postoje zakonske obaveze koje se odnose na medije javnog servisa u cilju obezbjeđivanja jednakih mogućnosti za partije/koalicije/kandidate koji učestvuju na izborima. *Zakon br. 86-1067 od 30. septembra 1986. godine o slobodi komunikacije* garantuje pluralističko izražavanje misli i mišljenja u skladu sa principom jednakog tretmana i preporukama *Visokog savjeta za audiovizuelne medije*. Član 16 Zakona se odnosi na pravila u vezi sa izbornim kampanjama, gdje se navodi: „za vrijeme trajanja izborne kampanje, savjet daje preporuke urednicima radio i televizijskih usluga koji su ovlašćeni ili su sklopili sporazum na osnovu ovog zakona”.

U skladu sa *Uredbom br 2001-213 od 8. marta 2001. godine*, princip jednakosti predstavlja osnov predsjedničke kampanje, odnosno kandidati moraju da postupaju u skladu sa ovim principom od početka zvanične kampanje. Princip jednakosti podrazumijeva da je vrijeme za govor kandidata i njihovih pristalica jednako.

Organ nadležan za poštovanje pluralizma i jednakog tretmana kandidata tokom izbornih kampanja je nezavisan organ osnovan u skladu sa zakonom. Savjet upravlja svim TV kanalima osim Parlamentarnim koji je podijeljen na dva programa: *LCP* u okviru Donjeg doma²⁰ i *Public Senat* u okviru Gornjeg doma²¹. Oba programa uživaju uređivačku nezavisnost što garantuje njihov predsjednik i upravni odbor, dok Biro svakog doma Parlamenta kontroliše poštovanje pluralizma. Biro je najviši organ Donjeg, odnosno Gornjeg doma i čine ga 22 člana (predsjednik Donjeg doma, šest potpredsednika, tri kvestora i 12 sekretara).

U skladu sa *Zakonom od 30. septembra 1986. godine*, nezavisni organ uprave, odnosno *Visoki savjet za audiovizuelne medije* odgovoran je za sprovođenje *Zakona iz 1986. godine* i obezbjeđuje poštovanje pluralizma u izbornim kampanjama u skladu sa posebnim pravilima obuhvaćenim *Odlukom br. 2011-1 od 4. januara 2011. godine*. Pravila važe za sve televizijske kanale pod kontrolom Savjeta, kada se bave izbornom kampanjom u svojim emisijama. To se odnosi na sve programe (informativne, zabavne i sl).

Savjet je nastavio tokom svake izborne kampanje da kontroliše poštovanje vremena govora kako bi se osigurala pravednost i, u vezi sa izborom predsjednika Republike, jednakost, u odnosu na pristup i predstavljanje kandidata i njihovih pristalica. Princip jednakosti znači da kandidati (ili partije) imaju određeno vrijeme za govor na televiziji, uzimajući u obzir njihovu reprezentativnost i efektivno učešće u kampanji.

Poštovanje koncepta jednakosti zasniva se na dva elementa:

- reprezentativnost kandidata, uzimajući u obzir, naročito, rezultate kandidata ili političke stranke na posljednjim izborima;
- sposobnost da konkretno pokažu svoje učešće u kampanji: organizacija javnih skupova, učešće u debatama i uopšte svaka inicijativu koja ima za cilj pružanje na uvid javnosti elemenata programa kandidata.

Pluralizam tokom neizbornih perioda

Pristup Savjeta zasniva se na sljedećim principima:

¹⁹ ECPRD Request 3145 – Media monitoring during election campaign, June, 2016.

²⁰ LCP, <http://www.lcp.fr/> (10.5.2019)

²¹ Public Senat, <http://www.publicsenat.fr/> (10.5.2019)

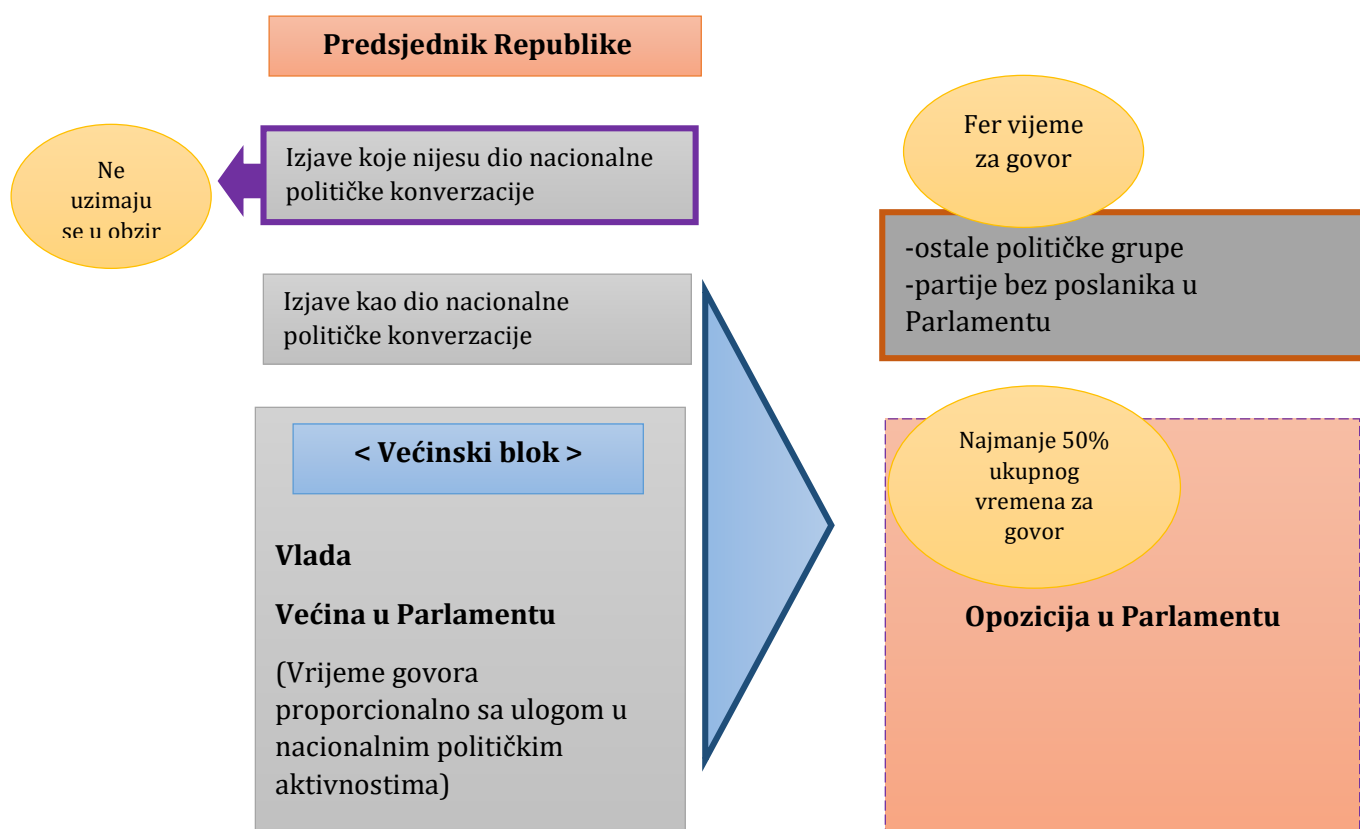
1. Televizijsko i radio predstavljanje mora reflektovati demokratski legitimitet

- ✚ Savjet vodi računa o političkoj zastupljenosti u Parlamentu i parlamentarnom sistemu Republike (većina, opozicija, Vlada);
- ✚ Savjet nastoji da garantuje višepartizam (predstavljanje izabranih poslanika koji u Parlamentu nijesu ni u većini, ni u opoziciji; partije bez poslanika u Parlamentu);
- ✚ Obrada izjava predsjednika Republike koje su dio nacionalne političke konverzacije;

2. Procjenja poštovanja pluralizma

- ✚ Kvartalne provjere (vijesti i segmenti);
- ✚ Semestralne provjere (časopisi i druge vrste programa).

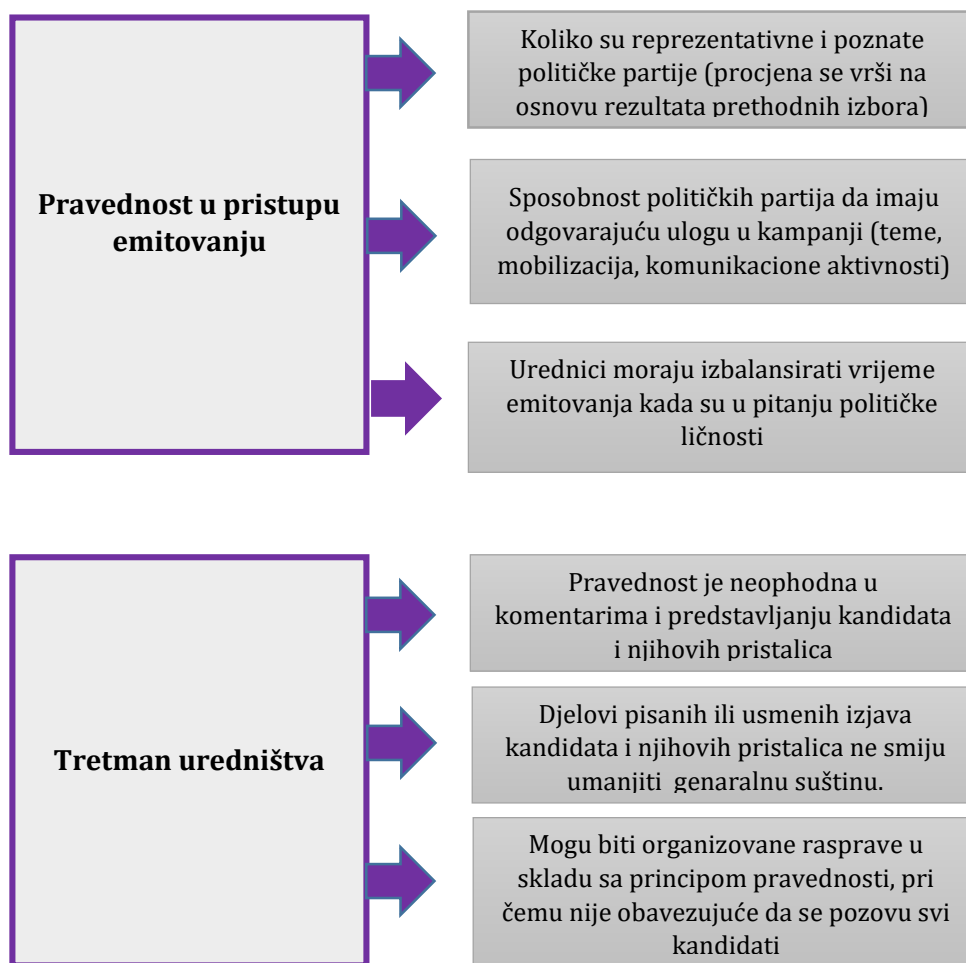
Dijagram 1: Princip političkog pluralizma²²



Tokom izbornih perioda

Savjet usvaja preporuke u cilju jačanja posebnog pravnog okvira. Princip pravdenosti se primjenjuje između kandidata, a na predsjedničke izbore (dvije sedmice prije prve runde izbora) principa jednakosti. *Izbornim zakonom* mora biti regulisano pitanje zvanične televizijske i radio kampanje. Takođe, saradnja između Savjeta i urednika mora biti unaprijeđena. Posebnim odredbama reguliše se pitanje trajanja snimka, redosljed kojim se snimci emituju od strane urednika tokom izborne kampanje koji se određuje po partijama.

²² Princip političkog pluralizma Savjet je usvojio 21. jula 2009. godine.

Dijagram 2: Obaveze urednika

Nadzor

Nadzor se zasniva na saradnji sa kanalima koji prosljeđuju izjave date tokom govora u vremenu koje je određeno za političke ličnosti. Određeno vrijeme je pod nadzorom službi Savjeta koje koriste poseban softver. Savjet vrši nadzor kroz *Jedinicu za nadzor* koja snima govor političkih ličnosti u cilju upoređivanja sa izjavama koje dobijaju od urednika.

Sredstva nadzora su:

1. Liste političkih ličnosti
 - ❖ Ažurirane liste političkih ličnosti se šalju urednicima. Lista uključuje: ima osobe, poziciju (poslanik, ministar), političku partiju i pluralističku kategoriju (opozicija, Parlament, Vlada). Lista obuhvata gotovo 1.800 imena.
 - ❖ Urednicima se, na redovnoj osnovi, prosljeđuje lista kako bi identifikovali i odredili vrijeme govora prema različitim pluralističkim kategorijama.
2. Softver: *Théma* i *B-Théma*
 - ❖ Savjet i većina televizijskih kanala koristi *Théma* u cilju snimanja svakog govora tokom emitovanja programa određenog dana;

- ❖ *B-Théma* se koristi za procesiranje podataka koje prosljeđuju kanali (prijem, vrijeme računanja, poređenje i sl).²³

2.10 Grčka

U Grčkoj, tokom izbornog perioda, i privatni i javni mediji u obavezi su da se pridržavaju istih pravila koja se odnose na sve političke partije i kandidate koji učestvuju na izborima. Ministarska odluka ministra unutrašnjih poslova i ministra bez portfelja koja se objavljuje prije svakih izbora, utvrđuje uslove i pravila i definiše vrijeme određeno za političko oglašavanje tokom izbornog perioda na javnim i privatnim radio i televizijskim stanicama.

U Parlamentu Grčke ne postoji tijelo zaduženo za nadzor medija tokom predizborne kampanje. Međutim, na osnovu akta ministra unutrašnjih poslova, na početku svakog izbornog perioda osniva se odbor čiji su članovi predstavnici svih političkih partija koje učestvuju na izborima a predsjednik odbora je upravo ministar unutrašnjih poslova. Nadležnost odbora je razmatranje predloga u vezi sa uslovima i pravilima održavanja izbora.

Nacionalni savjet za radiodifuziju u obavezi je da osigura poštovanje obaveza koje proizilaze iz navedene ministarske odluke. Nepoštovanje obaveza dovodi do kršenja *Zakona o pravnom statusu privatnih televizijskih i lokalnih radio stanica*. Prije održavanja svakih izbora, *Nacionalni savjet za radiodifuziju* objavljuje direktivu u vidu smjernica upućenih svim predstavnicima medija. Direktiva obuhvata i opšta pravila za sve medije, obaveze i uslove vremena oglašavanja političkih partija i kandidata u okviru masovnih medija, pravila o objavljivanju anketa i političkoj kampanji.²⁴

2.11 Hrvatska

*Zakonom o izboru poslanika Hrvatskog sabora*²⁵ predviđena je obaveza usvajanja *Pravila o postupanju elektronskih medija sa nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj tokom izborne kampanje* u cilju obezbjeđivanja jednakog tretmana i jednakih mogućnosti svim političkim partijama u smislu predstavljanja svojih političkih programa.

Takođe, u skladu sa odredbama *Zakona o elektronskim medijima*²⁶, Agencija za elektronske medije odnosno Savjet za elektronske medije, kao organ Agencije, obavlja dužnosti regulatornog tijela u oblasti elektronskih medija.

Agencija za elektronske medije (AEM)²⁷ predstavlja nezavisno regulatorni organ koji promoviše javni interes i pluralizam medija, stručnim i transparentnim djelovanjem opravdava povjerenje javnosti, podstiče medijsku pismenost, stvara uslove za proizvodnju kvalitetnog hrvatskog audiovizuelnog sadržaja te obezbjeđuje ravnopravne uslove za razvoj medija i medijskih sloboda.

Savjet za elektronske medije, koje je upravni organ Agencije, obavlja administrativne, stručne i tehničke poslove. Predsjednik *Savjeta za elektronske medije* ujedno je i direktor Agencije, a imenuje ga Hrvatski sabor. Direktor Agencije zastupa, predstavlja i rukovodi Agencijom i odgovoran je za rad stručnih službi Agencije.

U Hrvatskom saboru ne postoji tijelo zaduženo za nadzor medija tokom predizborne kampanje.

2.12 Irska

*Irski Zakon o radiodifuziji*²⁸ iz 2009. godine obavezuje Organ za radiodifuziju Irske (*Broadcasting Authority of Ireland - BAI*) da se bavi pitanjima pravednosti, objektivnosti i nepristrasnosti u

²³ ECPRD Request 3145 – Media monitoring during election campaign, June, 2016.

²⁴ ECPRD Request 3145 – Media monitoring during election campaign, June, 2016.

²⁵ Zakon o izborima zastupnika u Hrvatski sabor (NN 116/99, 109/00, 53/03, 69/03, 167/03, 44/06, 19/07, 20/09, 145/10, 24/11, 93/11, 120/11, 19/15, 104/15), <https://www.zakon.hr/z/355/Zakon-o-izborima-zastupnika-u-Hrvatski-sabor> (7.5.2019)

²⁶ Zakon o elektroničkim medijima (NN 153/09, 84/11, 94/13, 136/13), <https://www.zakon.hr/z/196/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkim-medijima> (7.5.2019)

²⁷ Agencija za elektroničke medije (AEM), <https://www.aem.hr/> (7.5.2019)

²⁸ Broadcasting Act, <http://www.irishstatutebook.ie/eli/2009/act/18/enacted/en/print.html> (8.5.2019)

okviru informativnih programskih sadržaja. U skladu sa ovim zakonom, svaki emiter mora obezbijediti objektivno i nepristrasno izvještavanje, izbjegavajući ispoljavanje sopstvenih stavova. Takođe, izvještavanje o aktuelnim pitanjima koje su izvor javne rasprave ili kontroverzi mora biti pravedno prema svim zainteresovanim stranama, dok predmet rasprave mora biti predstavljen na objektivni i nepristrasan način, bez ispoljavanja sopstvenih stavova. Ova odredba ne podrazumijeva zabranu prenošenja partijskih programskih sadržaja, uz uslov da emiter ne daje nepravednu prednost bilo kojoj partiji po pitanju raspodjele vremena emitovanja. Emiteri su dužni i da izvještavaju o svakom predlogu u vezi sa temom javne rasprave ili kontroverze, koji podnese Vlada ili pojedinačni ministar, na objektivni i nepristrasan način.

Zakon o radiodifuziji predviđa i mogućnost usvajanja kodeksa Organa za radiodifuziju, čiji je cilj garantovanje objektivnog i nepristrasnog izvještavanja te ravnopravnog tretmana svih političkih subjekata. U tom kontekstu, Organ za radiodifuziju Irske usvojio je *Kodeks pravednosti, objektivnosti i nepristrasnosti u informativnim programskim sadržajima*²⁹. U izradi Kodeksa, a u skladu sa odredbama *Zakona o radiodifuziji*, Organ se vodio sljedećim ciljevima:

- obezbjeđivanje poštovanja Ustavom definisanih demokratskih vrijednosti, naročito onih koje se odnose na slobodu izražavanja;
- stvaranje regulatorne sredine koja će održavati nezavisno i nepristrasno novinarstvo;
- obezbjeđivanje proporcionalnosti i održivosti svih preduzetih mjera.

U izradi Kodeksa Organ za radiodifuziju imao je u vidu i Evropsku konvenciju o ljudskim pravima, odnosno njene odredbe u vezi sa slobodom izražavanja, pravom na privatnost, i zaštitom prava bez diskriminacije po bilo kom osnovu.³⁰

Osim toga, Organ za radiodifuziju Irske je regulator radiodifuzije u Irskoj, a među njegovim ključnim funkcijama su:

- licenciranje radio i televizijskih usluga;
- izrada kodeksa i pravila u ovoj oblasti;
- revizija rada *RTE* i *TG4* u pogledu postizanja deklariranih ciljeva na godišnjem nivou;
- obezbjeđenje finansiranja za programiranje i arhiviranje koje se odnosi na irsku kulturu, nasljeđe i iskustvo u okviru Programa finansiranja u oblasti radiodifuzije;
- prati poštovanje kodeksa i pravila i/ili ugovora od strane licenciranih emitera;
- odlučuje o žalbama gledalaca i slušalaca u vezi sa emitovanim sadržajem na svim irskim radiodifuznim servisima;
- podržava razvoj radiodifuznog sektora, takođe, i kroz istraživanje i obuku;
- podstiče i podržava razumijevanje medija, uključujući saradnju sa emiterima³¹.

Kada su u pitanju privatni mediji, *Savjet za štampu* predstavlja nezavisno regulatorno tijelo koje imenuje *Ombudsmana za štampu*. *Kodeks ponašanja* Savjeta za štampu usvojen je 1. januara 2008. godine i ne sadrži odredbe u vezi sa jednakim mogućnostima za partije/koalicije/kandidate na izborima.

Savjet za štampu kao nestatutarno tijelo ima četiri cilja:

- da javnosti obezbijedi nezavisni forum za rješavanje žalbi koje se odnose na štampu;
- da rješava sve žalbe brzo, pravedno i besplatno;
- da održava najviše standarde irskog novinarstva i novinarske etike;
- da brani slobodu štampe i slobodu da javnost bude informisana³².

²⁹ Code of Fairness, Objectivity and Impartiality in News and Current Affairs, <https://www.bai.ie/en/codes-standards/#al-block-3> (8.5.2019)

³⁰ Broadcasting Authority of Ireland – BAI, <https://www.bai.ie/en/codes-standards/> (8.5.2019)

³¹ Broadcasting Authority of Ireland – BAI, <https://www.bai.ie/en/about-us/#al-block-1> (8.5.2019)

³² Able, Solicitors & Notary Public, <http://www.ablesolicitors.ie/practice-areas/defamation-law/the-press-council-of-ireland/> (8.5.2019)

Ombudsman za štampu prima pritužbe javnosti i nastoji da ih riješi putem medijacije ili posredovanja u cilju iznalaženja rješenja koje će biti pogodno za sve zainteresovane strane. U slučajevima u kojima medijacija ili posredovanje nijesu mogući, Ombudsman za štampu donosi odluku o žalbi u skladu sa *Kodeksom ponašanja*.

Savjet za štampu odgovoran je za nadzor nad poštovanjem profesionalnih principa utvrđenih *Kodeksom ponašanja* te slobodom štampe. Savjet za štampu odlučuje o žalbama koje su pokrenute odlukom Ombudsmana za štampu kao i o žalbama koje mu direktno upućuje Ombudsman za štampu. I Savjet za štampu i Ombudsman za štampu predstavljaju nezavisna tijela u odnosu na Vladu i medije.³³

2.13 Italija

U Italiji postoje zakonske obaveze za javne i privatne medijske usluge. Pitanje izborne kampanje u medijima, privatnim i javnim, regulisano je *Zakonom br. 28/2000*. U skladu sa Zakonom dvije institucije imaju pravo na nadzor izborne kampanje: Parlamentarni odbor za radio i TV usluge (javna oblast) i Organ za komunikacije (privatna oblast). Parlamentarni odbor za radio i TV usluge kao i Organ za komunikacije definišu pravila djelovanja za svaku kampanju.³⁴

Parlamentarni odbor nadzire pravilnu primjenu pravila i može propisati sankcije u slučaju kršenja pravila. Odbor definiše pravila u vezi sa političkom komunikacijom tokom izbornog perioda, na primjer: prezentacijom političkih lidera na TV i radiju, posebnim i opštim informativnim programima, predstavljanjem izbornih listi, debatama, intervjuima i sl. Nadzor medija tokom izborne kampanje vrše svi poslanici. Organ za komunikacije ustanovljen je *Zakonom br. 249/1997* i u privatnoj oblasti ima ista ovlašćenja kao Odbor u javnoj.³⁵

2.14 Litvanija

U skladu sa odredbama *Zakona o finansiranju i kontroli finansiranja političkih stranaka i političkih kampanja*³⁶, tokom političke kampanje, servisi javnog informisanja ili lica zadužena za širenje informacija mogu vršiti političko oglašavanje samo po tarifama i pod uslovima koji su jednaki za sve učesnike političke kampanje i koji se dostavljaju *Centralnoj izornoj komisiji*. Tarife i uslovi političkog oglašavanja koji važe tokom političke kampanje ne mogu se mijenjati tokom trajanja iste. Tarife i uslovi političkog oglašavanja mogu se mijenjati samo do početka političke kampanje i to uz saglasnost *Centralne izborne komisije*. *Centralna izborna komisija* odmah objavljuje tarife na svojoj internet stranici.

Osim toga, *Zakon o izborima za poslanike*³⁷ predviđa da nakon objavljivanja imena kandidata i lista kandidata od strane *Centralne izborne komisije*, kandidati dobijaju pravo na besplatno korišćenje usluga nacionalnog radija i televizije Litvanije. *Centralna izborna komisija* nakon konsultacija sa šefom nacionalnog radija i televizije Litvanije odobrava pravila za pripremu programa za izbornu kampanju, te utvrđuje vrijeme posvećeno partijama na nacionalnom radiju i televiziji Litvanije. *Centralna izborna komisija* raspoređuje vrijeme u programu u skladu sa principom jednakosti: među izbornim listama u višemandatnoj izornoj jedinici; među jednomandatnim izbornim jedinicama i među kandidatima u jednomandatnoj izornoj jedinici. Diskusije kandidata preko radija i televizije finansiraju se sredstvima iz državnog budžeta izdvojenih za *Centralnu izbornu komisiju*.

*Centralna izborna komisija*³⁸ predstavlja vrhovnu državnu insituciju čija je nadležnost organizacija i sprovođenje parlamentarnih, predsjedničkih i lokalnih izbora, izbora za Evropski parlament kao

³³ Press Council of Ireland, <http://www.presscouncil.ie/about-us> (8.5.2019)

³⁴ ECPRD Request 3145 – Media monitoring during election campaign, June, 2016.

³⁵ *Ibid.*

³⁶ Lietuvos Respublikos politinių partijų ir politinių kampanijų finansavimo bei finansavimo kontrolės įstatymo pakeitimo įstatymas, <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.461182> (10.5.2019)

³⁷ Lietuvos Respublikos Seimo rinkimų įstatymas, <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.1536/dxpzZjtab> (10.5.2019)

³⁸ The Central Electoral Commission of the Republic of Lithuania, <https://www.vrk.lt/en> (10.5.2019)

i referendumu. U skladu sa *Zakonom o Centralnoj izbornoj komisiji*³⁹, Parlament uspostavlja Komisiju najkasnije 200 a najranije 140 dana nakon održavanja redovnih ili vanrednih parlamentarnih izbora. Komisiju čine:

- 1) predsjednik Komisije;
- 2) dva pravnika koje imenuje ministar pravde a bira Parlament tajnim glasanjem;
- 3) dva pravnika koje imenuje Advokatska komora Litvanije a bira Parlament tajnim glasanjem;
- 4) dva pravnika koje imenuje predsjednik Litvanije a bira Parlament tajnim glasanjem;
- 5) lica koje imenuju partije koje su osvojile mandate u višemandatnoj izbornoj jedinici pod uslovom da su po struci pravnici i da posjeduju iskustvo kada je u pitanju rad u izbornim komisijama.

2.15 Mađarska

Ustavom Mađarske predviđeno je da u cilju pružanja neophodnih informacija tokom izborne kampanje koje utiču na formiranje demokratskog javnog mnjenja, političke reklame mogu se objavljivati u medijima bez plaćanja naknade, samo pod uslovima koji garantuju jednake mogućnosti predviđene *Zakonom o izbornoj proceduri*. *Zakon o izbornoj proceduri* sadrži odredbe u vezi sa političkim oglašavanjem tokom izborne kampanje i definiše dvije vrste političkog oglašavanja: političke reklame u medijima i političke reklame u štampanim medijima.

Kada je riječ o političkim reklamama u medijima, emiteri su u obavezi da pod jednakim uslovima, tokom perioda izborne kampanje, emituju političke reklame i ne smiju zahtijevati ili primiti novac za emitovanje političkih reklama. Isti uslovi odnose se na broj političkih reklama, redosljed emitovanja, vremenski okvir te broj emitovanja. Za državne medijske kuće emitovanje političkih reklama obaveznog je karaktera dok privatne medijske kuće nemaju obavezu emitovanja istih. U slučaju da privatna medijska kuća čije su linearne⁴⁰ medijske usluge dostupne na području cijele države želi da obezbijedi mogućnost emitovanja političkih reklama, neophodno je da o toj namjeri obavijesti Nacionalnu izbornu komisiju najkasnije 50 dana prije održavanja izbora.

Pravila emitovanja političkih reklama za državne medijske kuće su sljedeća:

- Tokom predizborne kampanje, državni emiteri su u obavezi da u okviru svojih linearnih medijskih usluga emituju političke reklame političkih partija i organizacija sa nacionalnim listama. Vremenski okvir za emitovanje je 470 minuta za političke partije i organizacije, odnosno 130 minuta za političke partije i organizacije koje su na listi nacionalnih manjina. Neophodno je da vremenski okvir bude podjednako podijeljen među političkim partijama i organizacijama. Takođe, vrijeme dostupno za oglašavanje političkih partija i organizacija podjednako se dijeli među državnim medijskim kućama.
- U slučaju izbora za Evropski parlament, dostupno vrijeme oglašavanja iznosi 300 minuta za sve liste i sve državne medijske kuće.
- Tokom kampanje za lokalne izbore tj. za izbor predstavnika opština i gradonačelnika, vremenski okvir je isti kao u slučaju održavanja izbora za Evropski parlament.

Pravila za emitovanje političkih reklama u privatnim medijima su ista, sa razlikom da emiter određuje vremenski okvir dostupan za emitovanje političkih reklama koji ne može biti manji od polovine vremenskog okvira u javnim medijima.

U pogledu političkih reklama u štampanim medijima, ukoliko neki štampani mediji žele da objavljuju političke reklame neophodno je da cjenovnik usluga dostave Državnoj revizorskoj kancelariji pet radnih dana nakon objavljivanja datuma održavanja izbora.

³⁹ Republic of Lithuania Law on the Central Electoral Commission, <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/ff294c20601f11e99684a7f33a9827ac?jfwid=t60ymzt4q> (10.5.2019)

⁴⁰ U skladu sa *Zakonom o medijskim uslugama i masovnim komunikacijama*, linearna medijska usluga je usluga koju pružalac medijske usluge obezbjeđuje u cilju istovremenog praćenja programa na osnovu programske šeme.

Nacionalno tijelo za medije, informacije i komunikacije predstavlja nezavisno tijelo čiji je osnovni zadatak da obezbijedi nesmetano funkcionisanje medija i tržišta za komunikacije, poštanskih usluga kao i usluga informacione tehnologije, u skladu sa važećim zakonima.

U Parlamentu Mađarske ne postoji tijelo zaduženo za nadzor medija tokom predizborne kampanje.⁴¹

2.16 Makedonija

U skladu sa *Izbornim zakonom*⁴², emiteri ili javne i privatne kompanije koje se bave emitovanjem i elektronski mediji (Internet portali) koji odluče da izvještavaju o izborima obavezni su da to vrše na pravedan, izbalansiran i neutralan način tokom cijelog programa. Emiteri, bez obzira na to na kojem jeziku emituju programe, obavezni su da tokom izborne kampanje učesnicima obezbijede jednake uslove u pogledu pristupa svim oblicima medijskog izvještavanja: vijesti, posebni informativni programi (intervjui, debate, TV/radio debate, aktuelne vijesti, informativni programi sa dokumentarnim pristupom i tematski informativni programi), slobodnom političkom predstavljanju i plaćenom političkom oglašavanju.

Prema Zakonu, emiteri su u obavezi da obezbijede izbalansirano izvještavanje u svim oblicima izbornog medijskog predstavljanja na sljedeći način:

- a) za izbor predsjednika Republike, u skladu sa principom jednakosti (za sve predsjedničke kandidate u prvom i u drugom krugu);
- b) za izbor poslanika u skladu sa principom proporcionalnosti na osnovu broja potvrđenih izbornih listi;
- c) za lokalne izbore:
 - za izbor gradonačelnika opštine ili gradonačelnika Grada Skoplja, u skladu sa principom jednakosti (za sve kandidate za gradonačelnike u prvom i drugom krugu izbora);
 - za izbor odbornika skupština opština, odnosno Grada Skoplja, za emitere na nacionalnom i regionalnom nivou u skladu sa principom proporcionalnosti na osnovu broja potvrđenih izbornih listi.

Plaćeno političko oglašavanje je izuzeto od principa proporcionalnosti, odnosno jednakosti.

Agencija za audio i audiovizuelne medijske usluge⁴³ predstavlja nezavisno, neprofitno regulatorno tijelo koje ima status pravnog lica sa javnim ovlaštenjima. U skladu sa *Zakonom o audio i audiovizuelnim medijskim uslugama*⁴⁴, Agencija obavlja sljedeće zadatke i ima sljedeće odgovornosti:

- obezbjeđuje transparentnost prilikom izvještavanja;
- obezbjeđuje zaštitu i razvoj pluralizma u sferi audio i audiovizuelnih medijskih usluga, podstiče i pruža podršku postojanju različitih i nezavisnih audio i audiovizuelnih medijskih usluga;
- preduzima mjere u skladu sa Zakonom u slučaju kada dođe do kršenja odredaba *Zakona o audio i audiovizuelnim medijskim uslugama* ili regulativa usvojenih na osnovu ovog Zakona;
- obezbjeđuje zaštitu nacionalnih manjina;
- usvaja zakone u vezi sa *Zakonom o audio i audiovizuelnim medijskim uslugama*;
- obezbjeđuje zaštitu interesa građana u oblasti audio i audiovizuelnih medijskih usluga;

⁴¹ ECPD Request 3145 – Media monitoring during election campaign, June, 2016.

⁴² Изборен Законик („Службен весник на Република Македонија“, бр. 40/06, 136/08, 148/08, 155/08, 163/08, 44/11, 51/11, 54/11, 142/12, 31/13, 34/13, 14/14, 30/14, 196/15, 35/16, 97/16, 99/16, 136/16, 142/16, 67/17, 125/17, 35/18, 99/18, 140/18, 208/18 и 27/19), https://drive.google.com/file/d/1r71192LfCGqmFM5tfTyM_kub5VCzoFEo/view (8.5.2019)

⁴³ Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, <http://avmu.mk/> (8.5.2019)

⁴⁴ Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (Службен весник на РМ, бр. 184/13, 13/14, 44/14, 101/14, 132/14, 13/16, 142/16, 132/17, 248/18), <http://avmu.mk/legislativa/domasna-legislativa/zakoni/> (8.5.2019)

- otkriva postojanje nezakonite medijske koncentracije;
- donosi odluke o dodjeli, produženju ili oduzimanju licenci za radio i televizijsko emitovanje;
- preduzima mjere u cilju privremenog prekida prenosa i prijema audio i audiovizuelnih medijskih usluga iz ostalih zemalja na teritoriji Republike;
- usvaja listu događaja od izuzetnog značaja;
- podstiče medijsku pismenost;
- vodi registre utvrđene Zakonom;
- sprovodi istraživanja i analize o konkretnim pitanjima u vezi sa audio i audiovizuelnim medijskim uslugama;
- sprovodi mjerenje gledanosti i slušanosti programa tj. programskih usluga emitera u Republici;
- propisuje način mjerenja gledanosti i slušanosti programa tj. programskih usluga emitera u Republici;
- obavlja ostale dužnosti u skladu sa *Zakonom o audio i audiovizuelnim medijskim uslugama*.

U Parlamentu Makedonije ne postoji tijelo zaduženo za nadzor medija tokom predizborne kampanje.

2.17 Njemačka

Sastavni dio izborne kampanje političkih partija predstavlja izborni marketing na televiziji, radiju i u bioskopima i to u okviru striktnih pravnih zahtjeva, ali i određenih privilegija. Emitovanje kampanje mora biti u skladu sa principom jednakosti koji je definisan *Zakonom o političkim partijama*. Stanice javnog servisa imaju obavezu da partijama obezbijede određeno vrijeme tokom izborne kampanje. Kompanije za radiodifuziju nemaju uticaj na sadržaj koji emituju, što znači da čak i ekstremne partije mogu iznositi svoje mišljenje. Međutim, izborni marketing se emituje van odgovornosti posebnih emitera. No, dozvoljen je samo u posljednjoj nedelji prije izbora. Televizija je vrlo koristan medij za partije u cilju prenošenja njihovog mišljenja, pri čemu je koriste čak i grupe koje izbjegavaju tradicionalne političke strategije u oblasti izborne kampanje. Emitovanje na stanicama javnog servisa je besplatno, dok na privatnim stanicama podliježe plaćanju cijene usluga.

Na teritoriji Njemačke, emitovanje je u nadležnosti država-pokrajina, pri čemu djeluju i privatne i javne stanice, a kao rezultat toga izborni marketing je definisan brojnim pravnim odredbama. Emiteri *Udruženja korporacija javnog servisa u Njemačkoj* (*Association of Public Broadcasting Corporations in the Federal Republic of Germany - ARD*) djeluju u skladu sa pokrajinskim zakonima u oblasti radiodifuzije. Ugovor sa ZDF – drugom njemačkom televizijom (*Second German Television*) definiše pravo na vrijeme emitovanja na sljedeći način: „Prilikom izbora za Donji dom njemačkog Parlamenta, partijama mora biti dodijeljeno odgovarajuće vrijeme emitovanja, ukoliko je najmanje jedna pokrajinska izborna lista njihovih partijskih kandidata prihvaćena. Pored toga, prilikom učešća u izborima za poslanike Njemačke u Evropskom parlamentu, partije i druga politička udruženja imaju pravo na odgovarajuće vrijeme emitovanja ukoliko je prihvaćen najmanje jedan njihov izborni predlog.⁴⁵ Odredbe *Međudržavnog ugovora o radiodifuziji* imaju isti sadržaj u vezi sa emitovanjem putem privatnih medija na nacionalnom nivou.

Pored toga, organi za nadzor emitovanja putem privatnih medija na nivou pokrajina izdali su smjernice o implementaciji odredaba. Smjernice nijesu obavezujuće, ali sadrže opis interpretacije zakona od strane organa. U Bavarskoj postoji specifična situacija u vezi sa emitovanjem putem privatnih medija koje, u skladu sa Ustavom, treba da organizuju institucije javnog servisa, budući da je Bavarska jedina pokrajina gdje su odredabe o implementaciji u formi podzakonskih akata.

⁴⁵ Ugovor sa ZDF od 31. avgusta 1991. godine, izmijenjen i dopunjen 1. juna 2009. godine.

Ukoliko partije ne učestvuju na izborima na cijeloj teritoriji, već podržavaju samo individualne liste kandidata ili direktne kandidate, pravne odredbe o pravu na vrijeme za emitovanje se bitno razlikuju na nivou pokrajina. Stoga, na primjer, *Medijski zakon Sjeverne Rajne-Vestfalije* propisuje pravo na vrijeme za emitovanje partijama koje učestvuju u jednoj šestini izbornih jedinica, sa druge strane u Bavarskoj, dovoljno je da je primljen jedan izborni predlog partije ili grupe partija. Takođe, *Zakon o radiodifuziji pokrajine Hesens* ograničava ovo pravo partijama sa izbornim predlozima u svim izbornim jedinicama.

U Njemačkoj, organi za nadzor na nivou pokrajina, kao regulatorni organi za privatne radio i TV programe, odgovorni su za nadzor emitovanja, licenciranje i raspodjelu frekvencija. U skladu sa Ustavom, svaka pokrajina u Njemačkoj ima organ za nadzor. Pokrajina Berlin i Brandenburg i pokrajina Hamburg i Šlezvig-Holštajn, zaključile su *Ugovor o uspostavljanju zajedničkih organa za nadzor*.

U Njemačkoj postoji parlamentarni nadzor izbora. U skladu sa Ustavom, nadzor izbora za Donji dom Parlamenta, spada u njegovu nadležnost. Pored toga, Donji dom je odgovoran za nadzor izbora poslanika Njemačke za Evropski parlament. Odluku priprema Odbor za nadzor izbora. Nakon izbora za Donji dom, službenici na nivou pokrajina i federalnom nivou vrše reviziju načina na koji su izbori sprovedeni. Međutim, ne odlučuju o tome da li će se izbori ponoviti u cjelini ili djelimično. U skladu sa *Zakonom o nadzoru izbora*, ovo je ekskluzivno pravo Donjeg doma koji djeluje samo po žalbi. Žalba mora biti primljena u roku od dva mjeseca nakon izbora i mora biti obrazložena. Nakon izbora za Donji dom, često se podnese veliki broj žalbi. Žalbe razmatra Odbor za nadzor izbora, a zatim se predstavljaju na plenumu sa preporukama za donošenje odluke. Takođe, Ustavnom sudu može se podnijeti žalba na odluku Donjeg doma.

Pored organa za nadzor emitovanja putem privatnih medija na nivou pokrajina koje imaju ustavne nadležnosti u oblasti medija, u Njemačkoj ne postoje dodatne specijalne agencije koje sprovode nadzor medijskog izvještavanja tokom izbora. Međutim, postoje privatne inicijative, kao što je *Stalna javna konferencija medija javnog servisa* koja vrši procjenu kvaliteta programa medija javnog servisa.⁴⁶

2.18 Poljska

U skladu sa *Izbornim zakonom*, izborni komiteti političkih partija⁴⁷, čiji su kandidati registrovani, imaju pravo na agitovanje u TV i radio programima 15 dan prije dana održavanja izbora na račun javnih emitera.

U toku predizborne kampanje za izbor poslanika u Donji dom Parlamenta ukupno vrijeme emitovanja izbornog programa iznosi:

1. nacionalni kanali - 15 sati za *Polish Television*, uključujući i do tri sata za *TV Polonia* i 30 sati za *Polish Radio Joint-Stock Company* kao i regionalne radiodifuzne kompanije, uključujući do pet sati u programu za slušaoce u inostranstvu;
2. regionalni kanali - 10 sati za *Polish Television* i 15 sati za *Polish Radio*.

Vrijeme određeno za emitovanje izbornih programa raspoređuju se u jednakim djelovima izbornim komitetima koji dobijaju to pravo na osnovu informacija dobijenih od strane Državne izborne komisije u vezi sa tim da li su registrovali liste u najmanje polovini izbornih jedinica. Vrijeme određeno za emitovanje izbornih programa, dodjeljuje se izbornim komitetima, srazmjerno broju izbornih listi koje su registrovali, na osnovu informacija dobijenih od izbornih

⁴⁶ ECPRD Request 3145 – Media monitoring during election campaign, June, 2016.

⁴⁷ Izborni komiteti političkih partija (*election committee of a political party*) predstavljaju organe partija sa ovlaštenjem da ih predstavljaju.

komisija u izbornim jedinicama koje obuhvataju teritoriju koju pokriva regionalni kanal. Opisana prava ne odnose se na private medije.

U skladu sa Ustavom Poljske, *Nacionalni savjet za radiodifuziju i televiziju*, koji predstavlja nezavisno tijelo, ima zadatak da štiti slobodu govora, pravo na informacije, kao i javni interes u vezi sa radiodifuzijom i televizijom. Nadzor medija takođe vrše interne organizacije emitera, a prvenstveno *Savjet za etiku u medijima*.⁴⁸

Trenutno, Savjet za radiodifuziju i televiziju čini pet članova, od čega dva imenuje predsjednik države, dva *Sejm* (Donji dom Parlamenta) i jednog Senat (Gornji dom Parlamenta). Članovi Savjeta se biraju na period od šest godina.⁴⁹

2.19 Portugal

U Portugalu je medijsko izvještavanje tokom trajanja predizborne kampanje regulisano *Zakonom o parlamentarnim izborima* kojim je predviđeno da političke partije i koalicije imaju pravo pristupa privatnim radio i televizijskim stanicama za potrebe izborne propagande. Za vrijeme predizborne kampanje, radio i televizijske stanice su dužne da rezervišu određeno vrijeme emitovanja za partije i koalicije:

- **Državna televizija** (*Radiodifusão Portuguesa*), na svim svojim kanalima uključujući internacionalni program, i privatne TV stanice:

- Od ponedjeljka do petka – 15 minuta između 19:00 i 22:00;
- Od subote do nedjelje – 30 minuta između 19:00 i 22:00;

- **Državni radio**, uključujući sve povezane regionalne emitere, kao i internacionalni program:

- 60 minuta dnevno, od toga 20 minuta između 7:00 i 12:00, 20 minuta između 12:00 i 19:00, te 20 minuta između 19:00 i ponoći.

- **Privatne nacionalne radio stanice:**

- 60 minuta dnevno, od toga 20 minuta između 7:00 i 12:00, i 40 minuta između 19:00 i ponoći.

- **Privatne regionalne radio stanice:**

- 30 minuta dnevno.

Sve radio i TV stanice moraju podnijeti plan emitovanja ovih sadržaja Državnoj izbornoj komisiji najkasnije deset dana prije početka predizborne kampanje.

Kada je u pitanju Parlament, ne postoji radno tijelo zaduženo za praćenje izvještavanja medija tokom predizborne kampanje. Ova oblast u isključivoj je nadležnosti Državne izborne komisije, koja prima izjave svih medijskih kuća o njihovim pozicijama u vezi sa izvještavanjem tokom kampanje, organizuje raspodjelu vremena emitovanja na radio i TV stanicama (osim u slučaju lokalnih izbora), i propisuje kazne radio i TV stanicama za kršenje pravila izvještavanja.

Medijsko izvještavanje u nadležnosti je *Regulatora za medije*, koji je ustanovljen Zakonom iz 2005. godine. *Regulator za medije*, u okviru svojih nadležnosti, obezbjeđuje poštovanje ustavnih prava i obaveza, kao i medijskih sloboda, slobode informisanja, nezavisnosti medija od političkih i ekonomskih uticaja, sukobljavanje suprotstavljenih mišljenja, poštovanje medijskih standarda, te promoviše efikasno funkcionisanje medijskog tržišta.⁵⁰

2.20 Rumunija

Gornji dom (Senat)

U skladu sa *Zakonom o izborima za lokalnu upravu* i *Zakonom o izboru članova Gornjeg i Donjeg doma Parlamenta*, tokom izborne kampanje, kandidati, političke partije, politički savezi ili

⁴⁸ ECPRD Request 3145 – Media monitoring during election campaign, June, 2016.

⁴⁹ Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (KRRiT), <http://www.krrit.gov.pl/en/krrit/about-the-national-broadcasting-council/history/> (8.5.2019)

⁵⁰ ECPRD Request 3145 – Media monitoring during election campaign, June, 2016.

organizacije iz reda nacionalnih manjina koji učestvuju na izborima, kao i građani, imaju pravo da izraze svoje mišljenje slobodno i bez diskriminacije na sastancima, skupovima, televiziji, radiju, u štampanim i ostalim masovnim medijima.

Tokom izborne kampanje, privatni i javni emiteri u okviru emitovanja audio i vizuelnih programa, u obavezi su da štite opšte interese:

- a) birača, u kontekstu primanja preciznih informacija kako bi prije glasanja bili u potpunosti obaviješteni;
- b) političkih partija, političkih saveza ili organizacija građana iz reda nacionalnih manjina i kandidata, u kontekstu predstavljanja njihovih platformi, političkih programa i izbornih ponuda;
- c) radio emitera, u kontekstu ostvarivanja prava i odgovornosti povezanih sa profesijom novinara.

Javni i privatni radio emiteri u obavezi su da, u okviru usluga audio i video programa, obezbijede uravnoteženu i pravednu izbornu kampanju za sve političke partije, saveze, organizacije građana iz reda nacionalnih manjina kao i za sve kandidate.

Agencija za nadzor medija - ActiveWatch počela je sa radom 1994. godine a 2006. godine dobila je svojstvo udruženja. *ActiveWatch* pruža podršku sljedećim strateškim pravcima: politike dobrog upravljanja, sloboda izražavanja, antidiskriminacija i medijsko obrazovanje. Od juna 2013. godine, *ActiveWatch* je član IFEX-a, najveće globalne mreže za slobodu izražavanja.

U Parlamentu Rumunije ne postoji tijelo zaduženo za nadzor medija tokom predizborne kampanje. Međutim, odlukom Parlamenta od 18. februara 2013. godine, osnovan je *Zajednički odbor Gornjeg i Donjeg doma Parlamenta za elaboraciju zakonodavnih predloga u vezi sa izbornim zakonodavstvom*.

Donji dom

U skladu sa *Odlukom Nacionalnog audiovizuelnog savjeta o Zakonu o audiovizuelnom sadržaju*, u vijestima i debatama, informacije o pitanjima od javnog interesa, političkog, ekonomskog, društvenog i kulturnog karaktera treba da budu u skladu sa sljedećim principima:

- a) osiguranje pravednosti, ravnoteže i slobodnog formiranja mišljenja predstavljajući suprotne stavove u periodu u kojem su navedena pitanja tema javne rasprave⁵¹;
- b) osiguranje jasne razlike između predstavljenih činjenica i mišljenja;
- c) izbjegavanje bilo koje vrste diskriminacije na osnovu rase, religije, nacionalnosti, pola, seksualne orijentacije ili starosti.

Predstavljanje suprotnih stavova, po pravilu, vrši se u istom programu ili, u izuzetnim slučajevima, u sljedećim programima. U slučaju da neko odbije da iznese svoj stav, tu činjenicu neophodno je posebno naglasiti.

U skladu sa *Zakonom o izboru članova Gornjeg i Donjeg doma Parlamenta*, privatne radio i televizijske stanice praktikuju iste cijene po jedinici vremena za sve kandidate koji učestvuju na izborima i ponuđeno vrijeme mora biti proporcionalno praksi javnih stanica. Emitovanje izbornih reklama u okviru programa koji nijesu izborni je zabranjeno.

U skladu sa *Zakonom o radiodifuziji*, političko oglašavanje podrazumijeva političke poruke i spotove kojima se promoviše partija ili kandidat. Takođe, *Zakonom* je predviđeno da je političko oglašavanje zabranjeno, osim tokom izborne kampanje. Osim toga, emiteri treba da nastoje da izbjegavaju transformisanje komercijalnog u političko oglašavanje, bilo pozitivno ili negativno; prije emitovanja, emiteri su u obavezi da provjere da li je sadržaj oglasa političke prirode i neophodno je da osiguraju da oglasi sadrže tačne informacije i da poštuju pretpostavku nevinosti kako njihovo emitovanje ne bi narušavalo ljudsko dostojanstvo.

⁵¹ Ovaj princip neophodno je poštovati i u slučaju kada izneseni stavovi pripadaju ekspertima, novinarima, predstavnicima partija koje nijesu zastupljene u Parlamentu, manjinama, nevladinim organizacijama i sindikatima.

Zakonom o audiovizuelnim uslugama predviđeno je da Nacionalni audiovizuelni savjet, koji predstavlja nezavisno javno tijelo pod parlamentarnom kontrolom, kao garant javnog interesa u oblasti radiodifuzije mora da obezbijedi:

- a) poštovanje pluralističkog izražavanja ideja i mišljenja u audiovizuelnim medijima;
- b) pluralizam izvora javnog informisanja;
- c) slobodnu konkurenciju;
- d) pravednu ravnotežu između programskih usluga nacionalne pokrivenosti i lokalnih, regionalnih i tematskih usluga;
- e) zaštitu ljudskog dostojanstva i zaštitu nacionalnih manjina;
- f) zaštitu rumunske kulture i jezika kao i kultura i jezika nacionalnih manjina;
- g) transparentnost organizacije, funkcionisanja i finansiranja masovnih medija u audiovizuelnom sektoru;
- h) transparentnost uopšte;
- i) podizanje svijesti javnosti o korišćenju usluga audiovizuelnih medija razvojem i promovisanjem medijskog obrazovanja za sve društvene kategorije;
- j) podsticanje koregulacije i samoregulacije u oblasti radiodifuzije;
- k) podsticanje emitera da obezbijede uslove koje će njihove usluge učiniti dostupnim licima sa oštećenim vidom i sluhom;
- l) nadzor nad programskim i audiovizuelnim uslugama u smislu njihove usklađenosti sa zakonskim odredbama.

Nacionalni audiovizuelni savjet ima 11 članova koje imenuje Parlament i to: tri člana predlaže Senat, tri člana predlaže Donji dom Parlamenta, dva člana predlaže predsjednik Rumunije i tri člana predlaže Vlada.⁵²

2.21 Slovačka

*Zakon br. 181/2014 o izbornoj kampanji i o izmjenama i dopunama Zakona br. 85/2005 o političkim partijama i pokretima*⁵³ predviđa da Radio Televizija Slovačke dodjeljuje najviše 30 minuta medijskog prostora za svakog kandidata političke partije ili koalicije ali ne više od deset sati medijskog prostora za političko oglašavanje u emisijama na radiju i ne više od deset sati medijskog prostora za političko oglašavanje u emisijama na televiziji. Pored toga, Radio Televizija Slovačke rezerviše deset sati medijskog prostora za debate na televiziji i isto toliko na radiju. Ista pravila važe i za privatne emitere. U skladu sa odredbama Zakona, emitovanje političkog oglašavanja dozvoljeno je jedino u periodu koji počinje 21 dan prije održavanja izbora a završava se 48 sati prije dana održavanja izbora.

Savjet za emitovanje i reemitovanje⁵⁴ predstavlja organ uprave koji nadgleda usklađenost sa pripisima u oblasti emitovanja, reemitovanja te pružanja audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev. Misija Savjeta je zaštita javnog interesa kroz ostvarivanje prava na informisanje, slobodu govora i prava na pristup kulturnim vrijednostima i obrazovanju. Savjet nastoji da obezbijedi održavanje pluraliteta informacija u informativnim emisijama javnog servisa i licenciranih emitera.

Savjet je pravno lice sa sjedištem u Bratislavi. U skladu sa *Zakonom o emitovanju i reemitovanju*⁵⁵ i drugim posebnim propisima, Savjet ima status organa državne uprave na nacionalnom nivou i to za potrebe vršenja poslova državne administracije u oblasti emitovanja, reemitovanja i pružanja audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev.

U skladu sa Zakonom, neke od osnovnih nadležnosti Savjeta su sljedeće:

⁵² ECPRD Request 3145 – Media monitoring during election campaign, June, 2016.

⁵³ *Zákon o volebnej kampani a o zmene a doplnení zákona č. 85/2005 Z. z. o politických stranách a politických hnutiach v znení neskorších predpisov*, <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2014-181> (9.5.2019)

⁵⁴ Council for Broadcasting and Retransmission, <http://en.rvr.sk/> (9.5.2019)

⁵⁵ *Zákon o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách*, <https://www.slovlex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2000/308/> (9.5.2019)

- odlučuje o dozvolama za emitovanje programa;
- odlučuje o registracijama za reemitovanje usluga kao i o obustavi reemitovanja programa;
- odlučuje o dodjeljivanju dodatnih frekvencija javnim servisima;
- nadzire poštovanje obaveza propisanih *Zakonom o emitovanju i reemitovanju* i drugim posebnim propisima.
- propisuje sankcije emiterima i pružaocima audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev i onima koji emituju ili vrše reemitovanje bez odobrenja;
- redovno podnosi izvještaje Evropskoj komisiji o obavljanju odabranih zadataka od strane emitera i pružaoca audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev i sarađuje sa Komisijom u primjeni odredaba *Zakona o emitovanju i reemitovanju*, naročito u izradi i objavljivanju spiska događaja od izuzetnog značaja za društvo;
- obrađuje statistiku o emitovanim programima;
- bavi se žalbama u vezi sa kršenjem *Zakona o emitovanju i reemitovanju*;
- učestvuje u pripremi zakona i drugih akata koji imaju širu primjenu u oblasti radiodifuzije, reemitovanja i pružanja audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev;
- nadzire poštovanje *Evropske konvencije o prekograničnoj televiziji* i predstavlja Slovačku Republiku u Stalnom odboru za prekograničnu televiziju Savjeta Evrope;
- učestvuje u razmjeni informacija i sarađuje sa međunarodnim organizacijama i organima drugih zemalja koji imaju nadležnosti u oblasti radiodifuzije, reemitovanja i pružanja audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev;
- sačinjava listu događaja od izuzetnog značaja za društvo u saradnji sa Ministarstvom kulture i Ministarstvom prosvjete Republike Slovačke, nosiocima prava i emiterima.

2.22 Slovenija

U pogledu jednakih mogućnosti, *Zakon o izbornoj kampanji i referendumu Republike Slovenije*⁵⁶ predviđa da su najkasnije 45 dana prije glasanja na izborima, odnosno najkasnije 25 dana prije glasanja na referendumu, mediji u obavezi da utvrde i objave pravila (obim, uslove i način) za korišćenje medijskog prostora na televizijskim programima i u štampanim medijima za predstavljanje kandidata, političkih partija i njihovih političkih programa ili predstavljanje mišljenja u vezi sa pitanjem na referendumu. Tokom izborne kampanje Radio Televizija Slovenije u obavezi je da obezbijedi medijski prostor za predstavljanje kandidata ili mišljenja u vezi sa pitanjem na referendumu u skladu sa *Zakonom o Radio Televiziji Slovenije* koji reguliše pitanja emitovanja političke kampanje u okviru programa Radio Televizije Slovenije.

Ostali štampani i elektronski mediji koji su u potpunom ili u većinskom vlasništvu države u obavezi su da svim organizatorima obezbijede jednake uslove prilikom objavljivanja komunikacija izborne kampanje kao i prilikom predstavljanja kandidata i njihovih političkih programa gdje posebno vrijeme emitovanja ili prostor u štampanim medijima može biti obezbijeđen za političke partije koje su već zastupljene u Parlamentu ili za političke partije i liste kandidata koje su već zastupljene u organima lokalnih zajednica te posebno vrijeme emitovanja ili prostor u štampanim medijima za političke partije i liste kandidata koje nijesu zastupljene u Parlamentu ili organima lokalnih zajednica.

*Zakonom o Radio Televiziji Slovenije*⁵⁷ predviđeno je da je politička propaganda na kanalima RTV Slovenije dozvoljena tokom perioda izborne kampanje u skladu sa odredbama zakona koji reguliše izbornu kampanju (u suprotnom, politička propaganda nije dozvoljena). Pod političkom propagandom podrazumijevaju se propagandne poruke (spotovi) i ostali oblici političke propagande čiji je cilj vršenje uticaja na stav birača prije glasanja na izborima. RTV Slovenija može samo da emituje propagandnu poruku uz ime njenog naručioca, koji je odgovoran za njen sadržaj.

⁵⁶ Zakon o volilni in referendumski kampanji (*Uradni list RS*, št. 41/07, 103/07 – ZPolS-D, 11/11, 28/11 – odl. US in 98/13), <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO4749> (9.5.2019)

⁵⁷ Zakon o Radioteleviziji Slovenija (*Uradni list RS*, št. 96/05, 109/05 – ZDavP-1B, 105/06 – odl. US, 26/09 – ZIPRS0809-B in 9/14), <http://pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO4461> (9.5.2019)

Takođe, u skladu sa zakonom o RTV Slovenije, tokom izborne kampanje, RTV Slovenija je u obavezi da obezbijedi dio programskog vremena za besplatno predstavljanje kandidata, političkih partija i njihovih manifesta. Prilikom utvrđivanja vremena i oblika sadržaja takvih programskih sadržaja, RTV Slovenija je u obavezi da se pridržava principa objavljivanja vjerodostojnih i nepristransih informacija.

Vrijeme posvećeno predstavljanju kandidata i političkih partija zastupljenih u nacionalnom Parlamentu ili Evropskom parlamentu treba da bude jednako za sve kao i uslovi njihovog predstavljanja kao dijela predizborne propagande.

Političke partije i nezavisni kandidati koji nijesu zastupljeni u nacionalnom ili Evropskom parlamentu moraju imati na raspolaganju jednu trećinu ukupnog vremena koje RTV Slovenija odredi za predstavljanje svih političkih partija i kandidata koji učestvuju na izborima.

RTV Slovenija u obavezi je da obezbijedi jednako vrijeme i jednake uslove za predstavljanje kandidata za predsjednika Republike Slovenije. U roku od 15 dana od raspisivanja predsjedničkih, parlamentarnih, lokalnih i izbora za Evropski parlament, RTV Slovenija treba da objavi način, oblik, obim i uslove za predstavljanje kandidata, političkih partija i njihovih manifesta na svojim kanalima, dnevnoj štampi ili na neki drugi način koji će biti dostupan javnosti.

Glavno regulatorno tijelo za kontrolu medija u Republici Sloveniji je ministarstvo nadležno za oblast kulture. Ministarstvo je nadležno za nadzor nad primjenom *Zakona o masovnim medijima*⁵⁸ koji predstavlja osnovni pravni akt koji reguliše rad štampanih i masovnih medija uopšte. *Zakon o masovnim medijima* predviđa prava, obaveze i odgovornosti pravnih i fizičkih lica kao i javni interes Republike Slovenije u oblasti masovnih medija. Osim toga, u Zakonu se navodi da je nadzor nad sprovođenjem programskih zahtjeva i ograničenja u nadležnosti Agencije za komunikacione mreže i usluge Republike Slovenije.

U Parlamentu Republike Slovenije ne postoji tijelo zaduženo za nadzor medija tokom predizborne kampanje.

2.23 Srbija

U Srbiji je medijsko izvještavanje tokom predizborne kampanje regulisano *Zakonom o izboru narodnih poslanika*⁵⁹ kojim je predviđeno da građani imaju pravo da putem sredstava javnog informisanja budu obaviješteni o izbornim programima i aktivnostima podnosilaca izbornih lista, kao i o kandidatima sa izbornih lista. Podnosioci izbornih lista imaju pravo da u javnim glasilima obavještavaju građane o programima i aktivnostima, kao i o predloženim kandidatima, u skladu sa odredbama ovog Zakona. Organizacije koje emituju radio i televizijski program, čiji je osnivač Republika Srbija, obavezne su da od dana raspisivanja izbora, u okviru političko-informativnog programa čija su čujnost i vidljivost obezbijeđene na cijeloj teritoriji Republike, obezbijede predstavljanje podnosilaca izbornih lista i kandidata sa izbornih lista, kao i iznošenje i obrazlaganje izbornog programa podnosilaca tih lista.

Organizacijama nije dozvoljeno da, pod bilo kojim uslovima, omoguće predstavljanje kandidata i iznošenje i obrazlaganje programa podnosilaca izbornih lista u komercijalnom, zabavnom ili drugom programu. Urednici i voditelji političko-informativnih i specijalizovanih emisija obavezni su da u toku izborne kampanje nezavisno i objektivno predstavljaju sve kandidate, a voditelji emisija moraju imati nepristrasan odnos prema svim zastupljenim političkim, socijalnim i etničko-kulturnim programima političkih stranaka čiji se kandidati predstavljaju. Takođe, u skladu sa Zakonom organizuju se emisije kojima se obezbjeđuje javno sučeljavanje izbornih programa podnosilaca izbornih lista i kandidata sa tih lista.

⁵⁸ Zakon o medijih (Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečišćeno besedilo, 36/08 – ZPOmK-1, 77/10 – ZSFCJA, 90/10 – odl. US, 87/11 – ZAVMS, 47/12, 47/15 – ZZSDT, 22/16 in 39/16), <http://pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO1608> (9.5.2019)

⁵⁹ Zakon o izboru narodnih poslanika ("Sl. glasnik RS", br. 35/2000, 57/2003 - odluka USRS, 72/2003 - dr. zakon, 75/2003 - ispr. dr. zakona, 18/2004, 101/2005 - dr. zakon, 85/2005 - dr. zakon, 28/2011 - odluka US, 36/2011 i 104/2009 - dr. zakon), https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_izboru_narodnih_poslanika.html (9.5.2019)

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 namjeravaju da učestvuju na izborima. Sporazum se zaključuje najkasnije pet dana od dana donošenja odluke o raspisivanju izbora i bez odlaganja javno objavljuje. Sredstva javnog obaveštavanja, uz učešće predstavnika osnivača i podnosilaca izbornih lista, utvrđuju bliža pravila za predstavljanje podnosilaca izbornih lista, izbornih programa i kandidata sa izbornih lista.

Parlament nema nikakva ovlašćenja u pogledu regulisanja medijskog izvještavanja tokom predizborne kampanje. Funkcionisanje elektronskih medija pod nadležnošću je *Regulatornog tijela za elektronske medije*, koje ima ovlašćenja u pogledu efikasne implementacije ustanovljenih politika u oblasti medijskih usluga, unapređenja kvaliteta i raznovrsnosti elektronskih medija, očuvanja, zaštite i razvoja slobode mišljenja i izražavanja, zaštite javnog interesa u oblasti elektronskih medija, kao i zaštite korisnika usluga elektronskih medija, u skladu sa odredbama *Zakona o elektronskim medijima*⁶⁰.

2.24 Španija

U Španiji, komunikacioni mediji imaju ključnu ulogu u funkcionisanju demokratskog sistema, naročito tokom izborne kampanje, pružajući građanima neophodne informacije kako bi ostvarili svoje pravo da glasaju na slobodan i racionalan način. Država je u obavezi da obezbijedi jednake mogućnosti svim političkim partijama koje učestvuju na izborima, garantujući neutralnost i poštovanje političkog pluralizma u okviru izbornih podataka.

Neki aspekti funkcionisanja komunikacionih medija tokom izborne kampanje regulisani su *Zakonom o opštim izborima*. Takođe, u skladu sa Ustavom, javne vlasti su u obavezi da obezbijede pravu i efikasnu jednakost, promovišu uslove koji su neophodni za njeno postizanje i uklanjaju prepreke koje sprečavaju ili otežavaju njeno puno postizanje.

Građani prilikom ostvarivanja svog prava na slobodno glasanje treba da budu u mogućnosti da biraju između svih opcija tj. političkih partija i kandidata na izborima, dok političke partije i kandidati moraju imati pravo na predstavljanje putem medija. Samo na taj način moguće je garantovati politički pluralizam koji se smatra jednom od najvećih vrijednosti španske zakonske regulative.

Princip informativne neutralnosti u državnim medijima, koji je od ključnog značaja za normalni razvoj izborne kampanje, definisan je u okviru *Statuta Radio i Televizije* kao jedan od glavnih principa objektivnosti, vjerodostojnosti i nepristrasnosti informacija. Medijske kuće u vlasništvu države, zbog značaja izbora, moraju imati određenu informativnu pokrivenost izborne kampanje u cilju bolje informisanosti društva.

Kanali javnih i državnih televizijskih kuća imaju posebnu obavezu informativne neutralnosti u vezi sa informacijama koje se odnose na izbornu kampanju i moraju poštovati principe proporcionalnosti i neutralnosti tokom izbornih debata i intervjua.

Pristup političkih formacija medijima u vlasništvu države ustavom je zagarantovano „značajnim političkim grupama“. Ustavom je predviđeno da se organizacija i parlamentarna kontrola društvenih komunikacionih medija vrši u skladu sa zakonom kojim se i garantuje pristup tim medijima od strane društvenih i politički značajnih grupa, poštujući pluralizam društva i različite jezike u Španiji.

Distribuciju slobodnog prostora u medijima vrši *Centralni izborni odbor* na osnovu predloga Komisije Radija i Televizije koju čine predstavnici političkih partija zastupljenih u Parlamentu. Zadatak Odbora je distribucija slobodnog prostora rezervisanog u javnim radio i televizijskim stanicama za emitovanje izbornih poruka, među političkim partijama. Distribucija se vrši

⁶⁰ Zakon o elektronskim medijima ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 6/2016 - dr. zakon), https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_elektronskim_medijima.html (9.5.2019)

primjenom kriterijuma utvrđenih zakonom uzimajući u obzir preference većinskih partija. Centralni izborni odbor je izvršno tijelo i može da prihvati predloge Komisije Radio i Televizije, da ih modifikuje u određenim aspektima ili da ukloni moguće neusaglašenosti. U pogledu regionalnih i lokalnih programa javnih medija, Centralni izborni odbor može delegirati svoje nadležnosti Provincijalnim izbornim odborima koje imenuje Komisija a koji imaju iste funkcije i isti sastav u okviru odgovarajućih teritorijalnih oblasti.⁶¹

2.25 Švedska

U Švedskoj, pravila u vezi sa emitovanjem radio i televizijskih programa koja se odnose na sve emitere propisana su *Zakonom o radiju i televiziji*. Za emitovanje radio i televizijskih programa u Švedskoj neophodna je dozvola za emitovanje (licenca). Kada se usluge emitovanja finansiraju od radio i televizijskih naknada, kao što je slučaj sa javim servisom u Švedskoj, licence za emitovanje odobrava Vlada u skladu sa odlukom Parlamenta (*Riksdag*). U svim ostalim slučajevima, za odobravanje licenci za emitovanje nadležna je Agencija za štampane medije i radiodifuziju.

U Švedskoj ne postoji zakonska obaveza javnih i privatnih medija u pogledu obezbjeđivanja jednakih mogućnosti političkim partijama, koalicijama i kandidatima koji učestvuju na izborima. Međutim, javni mediji su u obavezi da poštuju pravila za izdavanje licence za emitovanje od strane Vlade u kojima se od javnih emitera zahtijeva da svoje pravo na emitovanje vrše na nepristrasan način.

U cilju obezbjeđenja jednakih mogućnosti političkim partijama koje učestvuju na izborima i poštovanje principa nepristrasnosti, u periodu prije održavanja izbora javni emiteri uspostavljaju unutrašnje smjernice. U *Priručniku za javne emitere* koji objavljuje Radio Švedske predviđeno je održavanje ravnoteže tokom izvještavanja o izborima i referendumu. Tokom predizborne kampanje ili prije održavanja referenduma, neophodno je da zaposleni televizijskih i radio stanica naročito poštuju princip ravnoteže u vijestima i ostalim emisijama u vezi sa socijalnim pitanjima, međutim, u takvim emisijama ne postoji ograničenje u pogledu gostovanja političara. U ostalim emisijama, tri mjeseca prije održavanja izbora, političari se ne predstavljaju kao eksperti, kolumnisti ili debateri kako se to ne bi smatralo pružanjem podrške njegove/njene kandidature ili kandidature njegove/njene partije. U slučaju da zaposleni Radija Švedske koji se kandiduje za učešće na izborima postane politički aktivan i javno izrazi svoj politički stav na bilo koji drugi način, ne može učestvovati u nekoj od emisija tokom perioda od tri mjeseca prije održavanja izbora ili referenduma.

U slučajevima tradicionalnih političkih debati, političke partije koje su zastupljene u Parlamentu češće učestvuju u takvim emisijama od političkih partija koje nijesu zastupljene u Parlamentu. Stoga, kako vladajuće partije imaju mogućnost da svojom politikom direktno utiču na građane, tako su predstavnici vladajućih partija više zastupljeni u emisijama od predstavnika ostalih partija. U skladu sa *Priručnikom Radija Švedske*, glavni cilj je obezbjeđivanje više prostora za ostale partije. Takođe, Radio Švedske uspostavio je smjernice u vezi sa manjim partijama i njihovim predstavnicima koji izražavaju ksenofobiju i šalju rasističke poruke.

U Parlamentu Švedske ne postoji tijelo zaduženo za nadzor medija tokom predizborne kampanje. *Komisija za radiodifuziju* predstavlja nezavisno tijelo u okviru Agencije za štampane medije i radiodifuziju koja je pod nadležnošću Ministarstva kulture. *Komisiju za radiodifuziju* čine predsjednik (sudija), šest članova i četiri zamjenska člana. Sve članove Komisije imenuje Vlada.⁶²

2.26 Ujedinjeno Kraljevstvo

Ofcom je medijski regulator u Ujedinjenom Kraljevstvu koji reguliše rad sektora televizije, radija, fiksne i mobilne telefonije, poštanskih usluga i slično. *Ofcom* se finansira od naknada industrije za regulaciju emitovanja i komunikacionih mreža kao i pomoći Vlade. *Ofcom* predstavlja nezavisno

⁶¹ ECPRD Request 3145 – Media monitoring during election campaign, June, 2016.

⁶² *Ibid.*

tijelo koje za svoj rad odgovara Parlamentu. U pogledu emitovanja, *Ofcom* razmatra pritužbe javnosti u skladu sa Kodeksom emitovanja.

U skladu sa *Zakonom o komunikacijama*, nadležnost *Ofcoma* je postavljanje standarda u pogledu sadržaja televizijskih i radio usluga u skladu sa Zakonom. *Zakon o komunikacijama* sadrži odredbe u vezi sa svim uslugama koje licencira *Ofcom*, uključujući i komercijalne emitere kao i BBC i S4C (televizijski kanal na velškom jeziku), ukoliko Statutom nije drugačije propisano.

Zakon o komunikacijama propisuje posebne uslove, od kojih su neki detaljnije propisani pravilima u okviru kodeksa standarda *Ofcoma*, koji ima za cilj da osigura da programske usluge budu oslobođene pristrasnosti. Pitanja na koja se primjenjuju posebni uslovi su pitanja u vezi sa političkim debatama kao i pitanja u vezi sa tekućom javnom politikom.

Kodeks emitovanja *Ofcoma* sadrži posebne uslove nepristrasnosti i ostalo zakonodavstvo koje se mora primjenjivati za vrijeme izbora i referendum. Međutim, posebni uslovi ne odnose se na usluge koje pruža BBC već navedena pitanja reguliše *BBC Trust*⁶³ u skladu sa smjernicama te medijske kuće. Određeno poglavlje Smjernica BBC-a sadrži odredbe u vezi sa emitovanjem tokom izbora. Sporazum u okviru Povelje BBC-a zahtijeva da BBC preduzme sve mjere kako bi se osiguralo da se kontroverzna pitanja tretiraju na objektivan način tokom emitovanja vijesti i ostalih informativnih programa koji se bave pitanjima javne politike ili političkim debatama.

Tokom izbornog perioda, od svih komercijalnih emitera zahtijeva se da prije svakih izbora usvoje kodeks ponašanja kojim se uređuje učešće kandidata u svakoj izornoj jedinici. Stoga, emiteri su u obavezi da imaju u vidu stavove Izborne komisije.

U Parlamentu Ujedinjenog Kraljevstva ne postoji tijelo zaduženo za nadzor medija tokom predizborne kampanje.⁶⁴

⁶³ *BBC Trust* je upravni organ BBC-a i konačni je arbitar za pitanja nepristrasnosti u toku emitovanja. *Trust* predstavlja nezavisno tijelo BBC-a osnovano u skladu sa Poveljom BBC-a.

⁶⁴ ECPRD Request 3145 – Media monitoring during election campaign, June, 2016.

3. IZVORI INFORMACIJA

Able, Solicitors & Notary Public, <http://www.ablesolicitors.ie/practice-areas/defamation-law/the-press-council-of-ireland/>

Agencija za elektroničke medije (AEM), <https://www.aem.hr/>

Broadcasting Act, <http://www.irishstatutebook.ie/eli/2009/act/18/enacted/en/print.html>

Broadcasting Authority of Ireland – BAI, <https://www.bai.ie/en/codes-standards/>

Code of Fairness, Objectivity and Impartiality in News and Current Affairs, <https://www.bai.ie/en/codes-standards/#al-block-3>

Council for Broadcasting and Retransmission, <http://en.rvr.sk/>

ECPRD Request 3145 – *Media monitoring during election campaign*, June, 2016.

Izborni zakon Bosne i Hercegovine ("Sl. glasnik BiH", br. 23/2001, 7/2002, 9/2002, 20/2002, 25/2002 - ispr., 4/2004, 20/2004, 25/2005, 77/2005, 11/2006, 24/2006, 33/2008, 37/2008, 32/2010, 48/2011 - odluka US, 63/2011 - odluka US, 18/2013, 7/2014, 31/2016 i 54/2017 - odluka US), <https://www.paragraf.ba/propisi/bih/izborni-zakon-bosne-i-hercegovine.html>

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (KRRiT), <http://www.krrit.gov.pl/en/krrit/about-the-national-broadcasting-council/history/>

LCP, <http://www.lcp.fr/>

Lietuvos Respublikos politinių partijų ir politinių kampanijų finansavimo bei finansavimo kontrolės įstatymo pakeitimo įstatymas, <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.461182>

Lietuvos Respublikos Seimo rinkimų įstatymas, <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.1536/dxpzZjtab>

Oanda Currency Converter, <https://www.oanda.com/currency/converter/>

Pravilnik o medijskom predstavljanju političkih subjekata u periodu od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora, <http://www.sluzbenilist.ba/page/akt/iMWzgFQosQc=>

Pregled povreda i odgovarajućih kazni koje izriče Regulatorna agencija za komunikacije, <http://www.sluzbenilist.ba/page/akt/Xcgztz5k76kjin45hS76a2uN0=>

Press Council of Ireland, <http://www.presscouncil.ie/about-us>

Public Senat, <http://www.publicsenat.fr/>

Regulatorna agencija za komunikacije BiH, RAK <http://www.rak.ba>

Republic of Lithuania Law on the Central Electoral Commission, <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/ff294c20601f11e99684a7f33a9827ac?jfwid=t60ymzt4q>

Savjet za štampane medije Estonije (*Estonian Press Council*), http://www.asn.org.ee/english/in_general.html

Savjet za štampu u BiH, <https://www.vzs.ba/index.php>

The Central Electoral Commission of the Republic of Lithuania, <https://www.vrk.lt/en>

The Electoral Code of the Republic Of Albania (*Approved by Law no. 10 019, dated 29 December 2008, amended by Law no. 74/2012, dated 19 July 2012 and Law no. 31/2015, dated 2 April 2015*), <https://www.osce.org/albania/159501?download=true>

The Electoral Knowledge Network, AceProject <https://aceproject.org/ace-en/topics/me>

Zakon o elektroničkim medijima (NN 153/09, 84/11, 94/13, 136/13), <https://www.zakon.hr/z/196/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkim-medijima>

Zakon o elektronskim medijima ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 6/2016 - dr. zakon), https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_elektronskim_medijima.html

Zakon o izborima zastupnika u Hrvatski sabor (NN 116/99, 109/00, 53/03, 69/03, 167/03, 44/06, 19/07, 20/09, 145/10, 24/11, 93/11, 120/11, 19/15, 104/15), <https://www.zakon.hr/z/355/Zakon-o-izborima-zastupnika-u-Hrvatski-sabor>

Zakon o izboru narodnih poslanika ("Sl. glasnik RS", br. 35/2000, 57/2003 - odluka USRS, 72/2003 - dr. zakon, 75/2003 - ispr. dr. zakona, 18/2004, 101/2005 - dr. zakon, 85/2005 - dr. zakon, 28/2011 - odluka US, 36/2011 i 104/2009 - dr. zakon), https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_izboru_narodnih_poslanika.html

Zakon o izboru odbornika i poslanika (Službeni list Crne Gore", br. 046/11 od 16.09.2011, 014/14 od 22.03.2014, 047/14 od 07.11.2014, 012/16 od 23.02.2016, 060/17 od 30.09.2017, 010/18 od 16.02.2018)

Zakon o medijih (Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečišćeno besedilo, 36/08 – ZPOmK-1, 77/10 – ZSFCJA, 90/10 – odl. US, 87/11 – ZAvMS, 47/12, 47/15 – ZZSDT, 22/16 in 39/16), <http://pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO1608>

Zakon o Radioteleviziji Slovenija (Uradni list RS, št. 96/05, 109/05 – ZDavP-1B, 105/06 – odl. US, 26/09 – ZIPRS0809-B in 9/14), <http://pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO4461>

Zákon o volebnej kampani a o zmene a doplnení zákona č. 85/2005 Z. z. o politických stranách a politických hnutiach v znení neskorších predpisov, <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2014-181>

Zakon o volilni in referendumski kampanji (Uradni list RS, št. 41/07, 103/07 – ZPolS-D, 11/11, 28/11 – odl. US in 98/13), <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO4749>

Zákon o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách, <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2000/308/>

Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, <http://avmu.mk/>

Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (Службен весник на РМ, бр. 184/13, 13/14, 44/14, 101/14, 132/14, 13/16, 142/16, 132/17, 248/18), <http://avmu.mk/legislativa/domasna-legislativa/zakoni/>

Изборен Законик („Службен весник на Република Македонија“, бр. 40/06, 136/08, 148/08, 155/08, 163/08, 44/11, 51/11, 54/11, 142/12, 31/13, 34/13, 14/14, 30/14, 196/15, 35/16, 97/16, 99/16, 136/16, 142/16, 67/17, 125/17, 35/18, 99/18, 140/18, 208/18 и 27/19), https://drive.google.com/file/d/1r71192LfcGqmfM5tfTyM_kub5VCzoFEo/view