

СЪВЕТЪТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ	
Изх. №	РД-2131-00-8
Дата:	12.04.2013

## СПОРАЗУМЕНИЕ

Днес, 11.04..... 2013 г.,

**ЦЕНТРАЛНА ИЗБИРАТЕЛНА КОМИСИЯ** със седалище гр. София, пл. „Княз Александър I” № 1, с председател Красимира Медарова и секретар Севинч Солакова,

**СЪВЕТЪТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ (СЕМ)**, със седалище гр. София, бул. „Шипченски проход“ № 69, с председател Георги Лозанов и

подписалите се **ДОСТАВЧИЦИ НА МЕДИЙНИ УСЛУГИ,**

като се ръководят от европейските принципи и препоръки за отразяване на информационни кампании в медиите;

като подчертават значението на саморегулацията за отговорно, обективно, точно и честно медийно поведение;

като отчитат, че създаването на най-благоприятна медийна среда за изборите за народни представители на 12 май 2013 г. и за предхождащата ги кампанията, може да бъде постигната при съчетанието и допълването на формите на регулацията и саморегулацията;

като имат предвид конституционното право на всеки гражданин да търси, получава и разпространява информация и напомнят, че в случая тези права и свободи се отнасят до достъпа до информация по поставения за решаване въпрос, като всеки е свободен да формира по своя воля решение как да гласува и

като имат предвид, правото на медиите да работят без цензура и баланса между личните и политическите права и свободи и правата и задълженията на медиите, установен в Етичния кодекс на българските медии, който е база за добра журналистическа практика,

Страните приемат следното:

Чл. 1. Във времето на предизборната кампания търговските доставчици на медийни услуги ще използват платени и неплатени форми в радио- и телевизионните програми, както и всеобхватни и многообразни форми с цел да информират изчерпателно за партийните програми и кандидати, различните целеви групи и по-специално за онези, които гласуват за първи път.

Чл. 2. Във времето на предизборната кампания търговските доставчици на медийни услуги използват неплатените форми в радио- и телевизионните програми за представяне на позиции на граждани с цел публиката да получи достъп до различни гледни точки.

Чл. 3. Във времето на предизборната кампания, извън случаите на платените форми в радио- и телевизионните програми, търговските доставчици на медийни услуги следва да спазват основните принципи на българското законодателство за свободно изразяване на мнения, обективна информация, многообразие от гледни точки, спазване на етичните стандарти и независимост на журналистите.

Чл. 4. (1) Търговските доставчици на медийни услуги се съгласяват ясно да информират зрителя и да обозначават, когато използват платена форма на предизборната кампания.

Платените форми на отразяване на предизборната кампания са извън времето за търговска реклама.

(2) Страните приемат за недопустимо смесването на елементи на търговската реклама с формите на платена предизборна кампания, които представляват форма на „обществено време“, в което се гарантира правото на зрителите да направят информиран избор в рамките на широка обществена дискусия.

(3) Страните приемат, че всички останали форми на медийно отразяване, които не са част от платената предизборната кампания, са въпрос на свободен избор и на редакционна отговорност при спазване на действащото законодателство и добрата журналистическа практика.

Съветът за електронни медии се ангажира с извършването на мониторинг върху дейността на доставчиците на медийни услуги, за спазването на ЗРТ и по-специално на принципите, посочени в чл. 10 от същия закон.

**За ЦИК:**

**ПРЕДСЕДАТЕЛ:**

Красимира Медарова

**СЕКРЕТАР:**

Севинч Солакова

**За СЕМ:**

**ПРЕДСЕДАТЕЛ:**

Георги Лозанов

За доставчиците на медийни услуги,  
подписали споразумението:

**За АСОЦИАЦИЯ НА БЪЛГАРСКИТЕ РАДИО  
И ТЕЛЕВИЗИОННИ ОПЕРАТОРИ (АБРО):**

**За .....**



*[Handwritten signature in blue ink]*

Гота синарсеа менетус  
Ма Гумонте  
М