

ЦЕНТРАЛНА ИЗБИРАТЕЛНА КОМИСИЯ

София 1169, пл. „Княз Александър I“ № 1, тел. 02/939-37-19, факс 02/986-17-29, email: cik@cik.bg

Изх. №УСИР-07-64/20.04.2018г.

ДО
JUST D3 TEAM
ОТДЕЛ Д.3 – ГРАЖДАНСКИ ПРАВА И
СВОБОДНО ДВИЖЕНИЕ В СЪЮЗА
ГЛАВНА ДИРЕКЦИЯ
„ПРАВОСЪДИЕ И ПОТРЕБИТЕЛИ“
Just-citizenship-election@ec.europa.eu

Копие: Г-Н ПЕТЬР ВЪРБАНОВ
petyo.varbanov@bg-permrep.eu
 Г-ЖА НАТАЛИЯ УЗУНОВА
natalia.uzunova@bg-permrep.eu

Във връзка с изпратения ни въпросник относно въпроси на демократичното участие и изборите, които ще бъдат разглеждани на срещата на 25 – 26 април 2018 г. Централната избирателна комисия предоставя на вниманието Ви следната информация:

Въпрос 1. Изборният кодекс на Република България съдържа подробна уредба на въпросите, свързани с използването на медиите във връзка с провеждането на предизборната кампания от страна на политическите субекти – партии, коалиции и независими кандидати. Действащата съгласно Изборния кодекс (ИК) правна рамка на предизборната кампания е обща за всички видове избори при отчитане спецификата на всеки един от тях. Правната уредба на предизборната кампания обхваща както отношенията, свързани с представянето и отразяването на политическите послания на политическите субекти и независимите кандидати, насочени към избирателите с цел привличането им към дадена платформа и, от друга страна, свързаните с предизборна кампания финансови отношения и контрола върху финансирането на предизборната кампания на участниците в нея (партии, коалиции и независими кандидати).

С параграф 1 от Допълнителните разпоредби на ИК са въведени легални определения на Медийна услуга и Доставчик на медийна услуга, а именно:

„Медийна услуга“ е създаването и разпространението на информация и съдържание, предназначени за значителна част от аудиторията и с ясно въздействие върху нея, независимо от средствата и технологията, използвани за предаването им.

Медийни услуги са:

а) печатните медии – вестници, списания и други периодични издания;

б) медиите, разпространявани чрез електронни съобщителни мрежи, като:

аа) обществените и търговските електронни медии – лицензираните или регистрираните обществени или търговски доставчици на аудио-визуални медийни услуги или радиоуслуги;

бб) онлайн новинарските услуги – електронните издания на вестници, списания, информационни агенции и други електронни издания.

Изборният кодекс изрично определя, че не са медийни услуги и не подлежат на контрол от избирателните комисии и от съда социалните мрежи (фейсбук, туитър и други подобни) и личните блогове.

„Доставчик на медийна услуга“ е физическо лице – едноличен търговец, или юридическо лице, което носи редакционна отговорност за избора на съдържанието на медийната услуга и определя начина, по който тя е организирана. Редакционна отговорност е упражняването на ефективен контрол върху съдържанието, програмните схеми и каталога на предоставяните услуги.

Наблюдението обхваща периода на предизборната кампания, която се открива 30 дни преди изборния ден и приключва в 24 часа на деня преди изборния ден.

Уредбата на предизборната кампания не съдържа специфични правила относно дезинформацията (фалшивите новини) извън тези, попадащи в обхвата на определението за „накърняване на добрите нрави“.

Гражданите, партиите, коалициите, инициативните комитети, кандидатите и застъпниците имат свобода на изразяване и на предизборна агитация в устна и писмена форма на предизборни събрания, както и чрез доставчиците на медийни услуги.

Кандидатите, партиите, коалициите и инициативните комитети, регистрирали кандидати, имат право на еднакъв достъп до източниците на информация, която им е необходима за целите на предизборната кампания.

Изборният кодекс разписва подробни правила относно финансирането и контрола върху финансирането на предизборната кампания на партиите, коалициите и независимите кандидати.

Съгласно ИК предизборната кампания се финансира със средства на партиите, коалициите (включително със собствени средства на партиите, участващи в коалицията), инициативните комитети (включително със средства на членовете на инициативния комитет), кандидатите, както и с дарения от физически лица.

Изборният кодекс изрично въвежда забрана за финансиране на предизборната кампания на партиите, коалициите или инициативните комитети със средства от:

А) анонимни дарения под каквато и да е форма;

Б) средства от юридически лица и от еднолични търговци;

В) средства от чуждестранни физически лица;

Г) средства от религиозни институции;

Д) средства от чужди правителства или от чуждестранни държавни предприятия, чуждестранни търговски дружества или чуждестранни организации с идеална цел, както и ползването от страна на партиите, коалициите, инициативните комитети и техните кандидати безвъзмездно на движими и недвижими вещи и услуги под каквато и да е форма от посочените по-горе лица.

Забрана е установена и по отношение на безвъзмездното използване на публичен административен ресурс във връзка с провеждането на предизборната кампания.

С оглед осигуряването на равни възможности за участие на по-голям кръг субекти във всички видове избори, с изключение на местните избори, партиите и коалициите, които не получават държавна субсидия по реда на Закона за политическите партии, както и независимите кандидати, издигнати от инициативни комитети, с ИК се въведе нов способ за финансиране от държавата под формата на „медиийни пакети“. Медийните пакети представляват форма на субсидиране на предизборната кампания на посочените по-горе субекти със средства от държавния бюджет. Средствата за медиийните пакети, са включени в план-сметката по организационно-техническата подготовка на изборите и са предназначени за заплащане на различните платени форми на отразяване на предизборната кампания чрез доставчиците на медиийни услуги.

Редът и условията за предоставянето и разходването на средствата за медиийните пакети се определя с нарочно решение от ЦИК след съгласуване с министъра на финансите. Контролът относно спазването на условията и реда за разходване на средствата по медиийните пакети е възложен на Централната избирателна комисия и се осъществява преди изплащане на сумите по съответния договор и след преценка на изпълнението му.

Гаранция за общественото доверие в свободната и честна предизборна кампания е осигуряването на публичност на отчетността и произхода на средствата, използвани за предизборната кампания, чрез нарочно създадени правила. Контролът за спазване на правилата за финансиране на предизборната кампания е възложен на Сметната палата.

В Сметната палата се създава единен публичен регистър на партиите, коалициите и инициативните комитети, регистрирани за участие в съответния вид избори. Регистърът се поддържа от откриването на предизборната кампания до следващите избори от същия вид.

Партиите, коалициите и инициативните комитети отчитат и обявяват в публичния регистър на Сметната палата и използваните средства от медиийните пакети, с които са заплатени различните платени форми за отразяването на предизборната им кампания чрез доставчиците на медиийни услуги.

Доставчиците на медиийни услуги са длъжни да публикуват на интернет страницата си информация за договорите, склучени с партиите, коалициите и инициативните комитети, регистрирали кандидати, и/или с

друг възложител във връзка с предизборната кампания, включително ако договорът е сключен с посредник.

Въпрос 2. В рамките на своята компетентност по предоставяне на методически указания на избирателните комисии по прилагането на Изборния кодекс Централната избирателна комисия приема за всички видове избори нарочни принципни решения относно прилагането на правилата за провеждане на предизборната кампания, установени в Изборния кодекс.

Въпрос 3. Правната уредба относно предизборната кампания въвежда строги правила относно оповестяването на източниците на предизборните послания, в това число агитационни материали, и отразяване на предизборните послания в медиите, а именно:

Забранява се

- публикуването и изльчването на анонимни материали, свързани с предизборната кампания; в тази връзка всеки агитационен материал задължително следва да съдържа отбелязване от чие име се издава; допълнителни изисквания към агитационните материали (печатни, аудио и аудио-визуални) са: задължението да съдържат информация, че купуването и продаването на гласове е престъпление, като тази информацията задължително заема не по-малко от 10 % от лицевата площ на агитационния материал и се разполага в обособено поле, а в аудио- и аудио-визуалните материали тя трябва да се съдържа като недвусмислено и разбирамо послание, както и задължението при изльчване, публикуване и разпространение на платени форми на отразяване на предизборната кампания доставчиците на медийни услуги да ги отделят чрез визуални, звукови или пространствени средства и да указват по подходящ начин, че даденият материал е платен.
- използването на агитационни материали, които застрашават живота и здравето на гражданите, частната, общинската и държавната собственост и безопасността на движението;
- използването на агитационни материали, които накърняват добрията нрави;
- използването на агитационни материали, които накърняват честта и доброто име на кандидатите;
- използването на агитационни материали съдържащи герба и/или знамето на Република България и/или на чужда държава, както и религиозни знаци или изображения;
- в търговска реклама да се отправят политически внушения в полза или във вреда на една или друга партия, коалиция или инициативен комитет или кандидат.

Въпрос 4. На ЦИК е възложен контролът по произвеждането на предизборната кампания от доставчиците на медийни услуги с национален обхват. Тя се произнася по жалби и сигнали за нарушения при отразяване на предизборната кампания от доставчиците на медийни услуги с национален обхват, както и по жалбите срещу решенията на районните избирателни комисии по жалби и сигнали за нарушенията на предизборната кампания. За

осъществяване на възложените ѝ контролни функции ЦИК сключва споразумение със СЕМ, като възлага на Съвета за електронни медии да извърши мониторинг на изльчваните предизборни материали в обществените и търговските електронни медии. По отношение на печатните и онлайн новинарските медийни услуги ЦИК се произнася по жалби и сигнали на НПО, кандидати и политически субекти или се самосезира за извършени нарушения.

Контролът върху провеждането на предизборната кампания от доставчиците на медийни услуги с регионален и местен обхват е възложен на районните избирателни комисии, включително произнасянето по жалби и сигнали за нарушения.

Нещо повече, законодателят е предоставил правомощие и на секционните избирателни комисии в изборния ден да премахват и изземват агитационни материали, които се разпространяват в района на избирателната секция, или когато бъде установено наличие на агитационни материали, поставени в изборните помещения или на разстояние, по-малко от 50 метра от входа на сградата, в която е изборното помещение.

Сроковете за произнасяне по жалби срещу нарушения на правилата относно предизборната кампания са съкратени, а именно – 24 часа от постъпването им.

Решенията на ЦИК подлежат на съдебен контрол за законосъобразност пред Върховния административен съд.

Въпрос 5

Не считаме за необходима ролята на НСИ при проверката по време на изборите за определяне на статистически данни.

Въпрос 6

Съществува добър баланс между формалното регулиране на предизборната кампания в законовата уредба и принципните решения на Централната избирателна комисия и въведените от доставчиците на медийни услуги правила на саморегулация и етични правила.

Въпрос 7

Централната избирателна комисия не разполага с такива данни.

Въпрос 8

Комисията за защита на личните данни като национален орган в областта на защита на данните издава указания към политическите субекти във връзка с обработка на данните както в процеса на регистрация за участие в изборите, така и в предизборната кампания, както и становища във връзка с прилагане законодателството в областта на защита на личните данни по въпроси, повдигнати от Централната избирателна комисия.

Централната избирателна комисия в изпълнение на Закона за защита на личните данни е приела Инструкция за мерките за защита на личните данни, за минималното ниво на технически и организационни мерки и допустимия вид защита на личните данни в ЦИК.

Въпрос 9. Няма формално споразумение между ЦИК и Комисията за защита на личните данни. Независимо от горното, традиционно между двете институции е установено добро сътрудничество, което е

дългогодишно и постоянно. Становищата на двете институции по въпроси, засягащи сътрудничеството между тях, като указания инструкции и други, се оповестяват на интернет страниците на двете институции.

За ПРЕДСЕДАТЕЛ:

Румяна Сидерова

СЕКРЕТАР:

Севинч Солакова

