



НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ З ПИТАНЬ
ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІОМОВЛЕННЯ

nrada.gov.ua

МЕТОДОЛОГІЯ МОНІТОРИНГУ

дотримання телерадіоорганізаціями
визначеного законодавством
порядку мовлення під час виборчої кампанії
народних депутатів України

Київ, червень 2019 р.



ЗМІСТ

1. Вступ	03
2. Основні напрями моніторингу під час виборчого процесу	
2.1. Політична реклама та спонсорство в ефірі ТРО	05
2.2. Наявність в ефірі ТРО проявів передвиборної агітації партій та кандидатів у депутати	06
2.3. Особливості поширення інформації про результати опитування громадської думки, пов'язаного з виборами	07
2.4. Тональність висвітлення інформації про партії та кандидатів у депутати у новинах та інформаційно-аналітичних передачах	07
2.5. Основні засади інформаційного забезпечення виборів	08
2.6. Проведення публічних дебатів, дискусій, «круглих столів», прес-конференцій стосовно положень передвиборних програм чи політичної діяльності партій та кандидатів	08
2.7. Показники моніторингу висвітлення інформації про суб'єктів виборчого процесу та інших пов'язаних з ними осіб та організацій в ефірі ТРО	09
2.8. Моніторинг виконання телерадіоорганізаціями передбачених законодавством заборон відповідно до вимог Закону України «Про вибори народних депутатів України»	09
2.9. Особливості поширення політичної агітації відповідно до Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної»	10
Інше	11



1. ВСТУП

Моніторинг засобів масової інформації під час виборчого процесу зосереджується на аналізі дотримання стандартів суб'єктами виборчого процесу норм законодавства України.

Відповідно до статті 14 Закону України «Про вибори народних депутатів України» підготовка і проведення виборів депутатів регулюються Конституцією України, законами України «Про вибори народних депутатів України», «Про Центральну виборчу комісію», «Про Державний реєстр виборців» та іншими законами України, а також прийнятими відповідно до них іншими актами законодавства.

Контроль за дотриманням вимог Закону України «Про вибори народних депутатів України» в частині участі засобів масової інформації та інформаційних агентств в інформаційному забезпеченні виборів та проведенні передвиборної агітації здійснює Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення (стосовно електронних (аудіовізуальних) засобів масової інформації).

При здійсненні такого контролю можуть використовуватися матеріали моніторингу, надані громадськими організаціями, до статутної діяльності яких належать питання виборчого процесу та спостереження за ним, зареєстрованими у встановленому законом порядку.

У разі виявлення порушень за результатами здійснення такого контролю Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення та центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику в інформаційній та видавничій сферах, інформують про це Центральну виборчу комісію або відповідну окружну виборчу комісію.

Діяльність телерадіоорганізацій та повноваження Національної ради під час проведення виборів народних депутатів України регулюються Законами України «Про вибори народних депутатів України», «Про телебачення і радіомовлення», «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення» та «Про рекламу».

Частиною п'ятою статті 11 Закону України «Про вибори народних депутатів України» встановлено такі етапи виборчого процесу:

1. висування кандидатів у депутати;
2. утворення виборчих комісій (крім Центральної виборчої комісії);
3. реєстрація кандидатів у депутати;
4. проведення передвиборної агітації;
5. утворення спеціальних виборчих дільниць, що існують на тимчасовій основі;
6. складання списків виборців, їх перевірка та уточнення;
7. голосування;
8. підрахунок голосів виборців та встановлення підсумків голосування;
9. встановлення результатів виборів депутатів та їх офіційне оприлюднення;
10. припинення повноважень окружних та дільничних виборчих комісій.

Відповідно до постанови Центральної виборчої комісії від 24 травня 2019 року № 899 початок виборчого процесу позачергових виборів народних депутатів України – 24 травня 2019 року.

Зміст заходу, визначений Законом України «Про вибори народних депутатів України»	Строк виконання заходу	Дата	Суб'єкти виконання заходу
Встановлення розцінок вартості одиниці друкованої площі та одиниці ефірного часу для проведення передвиборної агітації за рахунок коштів виборчих фондів (частина шоста статті 71, частина п'ятнадцята статті 107 Закону України «Про вибори народних депутатів України»)	Не пізніше як на наступний день після опублікування Указу Президента України	До 24 травня включно	Відповідні засоби масової інформації



Опублікування в друкованих засобах масової інформації розцінок вартості однієї хвилини (секунди) ефірного часу для проведення передвиборної агітації <i>(частина шістнадцята статті 107 Закону України «Про вибори народних депутатів України»)</i>	Не пізніше як на другий день після опублікування Указу Президента України	До 25 травня включно	Телерадіо-організації усіх форм власності
--	---	----------------------	---

Графік моніторингу телерадіоорганізацій на предмет дотримання визначеного законодавством порядку мовлення під час виборчої кампанії

Для всебічного та об'єктивного аналізу діяльності медіа під час виборчого процесу з 24.05.2019 здійснюється моніторинг телерадіоорганізацій, які мають статус загальнонаціональних. Моніторинг загальнонаціональних телерадіоорганізацій проводиться згідно з графіком.

Крім того, проводиться вибіркового моніторинг супутникових телеканалів (вітчизняних та іноземних, які входять до Переліку іноземних програм, зміст яких відповідає вимогам Європейської конвенції про транскордонне телебачення і законодавства України).

Особливу увагу Національна рада приділяє ефіру телерадіокомпаній, які не оприлюднили у офіційних виданнях «Голос України» та «Урядовий кур'єр» розцінки на політичну агітацію.

Додаткові моніторинги та аналіз програмного наповнення здійснюються у зв'язку із скаргами та запитами, які надходять до Національної ради.



2. ОСНОВНІ НАПРЯМИ МОНІТОРИНГУ ПІД ЧАС ВИБОРЧОГО ПРОЦЕСУ

2.1. Політична реклама та спонсорство в ефірі ТРО:

- обсяги політичної реклами в ефірі ТРО;
- вимоги до політичної реклами відповідно до чинного законодавства.

Відповідно до частини третьої статті 68 Закону України «Про вибори народних депутатів України»: політична реклама – це розміщення або поширення матеріалів передвиборної агітації за допомогою рекламних засобів. До політичної реклами належить також використання символіки або логотипів партій - суб'єктів виборчого процесу, а так само повідомлення про підтримку партією - суб'єктом виборчого процесу або кандидатом у депутати видовищних чи інших публічних заходів або привернення уваги до участі у таких заходах партії - суб'єкта виборчого процесу чи певного кандидата у депутати. Реклама друкованих видань (газет, журналів, книг), інших товарів та послуг з використанням прізвищ чи зображень (портретів) кандидатів, назв чи символіки партій - суб'єктів виборчого процесу також є політичною рекламою.

Вимоги відповідно до Закону України «Про вибори народних депутатів України»:

- частина третя статті 64: на розповсюдження інформаційних матеріалів, які належать до загального інформаційного забезпечення виборів, поширюється законодавство про соціальну рекламу;
- абзац 2 частини сьомої статті 68: партія, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, фінансує із коштів свого виборчого фонду заходи і матеріали передвиборної агітації та розміщення політичної реклами на власну підтримку;
- абзац 2 частини восьмої статті 68: кандидат у депутати в одномандатному окрузі фінансує із коштів свого виборчого фонду заходи і матеріали передвиборної агітації та розміщення політичної реклами на власну підтримку;
- частина тринадцята статті 72: замовниками політичної реклами під час виборчого процесу для показу телерадіоорганізаціями можуть бути тільки партії, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, та кандидати у депутати в одномандатних округах. Протягом демонстрації політичної реклами обов'язково демонструється повна назва (або прізвище, ім'я та по батькові) її замовника у формі текстового повідомлення, яке має займати не менше п'ятнадцяти відсотків площі екрана і бути виконане контрастним кольором до фону та бути сприйнятним для глядача;
- частина восьма статті 74: забороняється розміщення політичної реклами в одному блоці з комерційною чи соціальною рекламою.

Під час виборчого процесу забороняється використання у комерційній та соціальній рекламі:

1. прізвищ чи портретів кандидатів у депутати;
2. назв чи символіки партій - суб'єктів виборчого процесу тощо.

Закон України «Про рекламу» визначає, що спонсорство – добровільна матеріальна, фінансова, організаційна та інша підтримка фізичними та юридичними особами будь-якої діяльності з метою популяризації виключно свого імені, найменування, свого знака для товарів і послуг.

У статті 5 Цього Закону визначено, що у теле - радіопередачах, матеріалах в інших засобах масової інформації, видовищних та інших заходах, які створені і проводяться за участю спонсорів, забороняється наводити будь-яку інформацію рекламного характеру про спонсора та/або його товари, крім імені або найменування та знака для товарів і послуг спонсорів.

У зв'язку з цим, під час моніторингу виборчої кампанії, участь кандидатів чи партій у якості спонсорів та партнерів окремої передачі, буде розцінюватися як політична агітація, яка підпадає під дію Закону України «Про вибори народних депутатів України».



2.2. Наявність в ефірі ТРО проявів передвиборної агітації партій та кандидатів у депутати

Відповідно до частини першої статті 68 Закону України «Про вибори народних депутатів України», передвиборна агітація – це здійснення будь-якої діяльності з метою спонукання виборців голосувати за або не голосувати за певного кандидата у депутати або партію – суб'єкта виборчого процесу.

Передвиборна агітація може здійснюватися в будь-яких формах і будь-якими засобами, що не суперечать Конституції України та законам України.

Вимоги відповідно до Закону України «Про вибори народних депутатів України»:

- частина шоста статті 68: передвиборна агітація здійснюється за рахунок коштів Державного бюджету України, виділених на забезпечення ведення передвиборної агітації відповідно до цього Закону, коштів виборчих фондів партій, кандидатів у депутати в одномандатних округах. Кандидати у депутати, зареєстровані у загальнодержавному окрузі, можуть здійснювати передвиборну агітацію за кошти виборчого фонду партії. Використання власних коштів партій, кандидатів у депутати чи коштів з інших джерел для проведення передвиборної агітації, у тому числі з ініціативи виборців, забороняється;

- частина перша статті 70: партія, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, кандидати у депутати мають право розпочати свою передвиборну агітацію з дня, наступного за днем прийняття виборчою комісією рішення про реєстрацію кандидатів у депутати;

- частина друга статті 70: передвиборна агітація закінчується о 24 годині останньої п'ятниці перед днем голосування;

- частина третя статті 70: передвиборна агітація напередодні дня голосування та в день голосування забороняється. У цей же час забороняються проведення масових акцій (зборів, мітингів, походів, демонстрацій, пікетів) від імені партії, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, кандидатів у депутати, розповсюдження агітаційних матеріалів, а також публічні оголошення про підтримку партією чи окремими кандидатами у депутати проведення концертів, вистав, спортивних змагань, демонстрації фільмів та телепередач чи інших публічних заходів;

- частина перша статті 71: передвиборна агітація з використанням засобів масової інформації усіх форм власності проводиться з дотриманням принципу рівних умов та в порядку, передбаченому цим Законом;

- частина третя статті 72: час мовлення (розклад мовлення) телерадіоорганізацій, які мають ліцензії Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення на право користування загальнонаціональними каналами мовлення, змінюється (без зміни обсягу мовлення) на час розповсюдження програм передвиборної агітації за рахунок коштів Державного бюджету України, виділених на підготовку і проведення виборів, під час виборчого процесу з метою забезпечення регіональним телерадіоорганізаціям державної та комунальної форми власності можливостей поширення таких програм у відповідних регіонах;

- частина четверта статті 72: телерадіоорганізації надають кожній партії - суб'єкту виборчого процесу ефірний час для проведення передвиборної агітації за рахунок і в межах коштів Державного бюджету України, що виділяються на підготовку і проведення виборів, у загальному обсязі не менше 60 хвилин на загальнонаціональному телеканалі та 60 хвилин на загальнонаціональному радіоканалі, а також по 20 хвилин на регіональних телеканалах та по 20 хвилин на регіональних радіоканалах у кожному з регіонів. Кандидатам у депутати, зареєстрованим в одномандатному окрузі надається по 20 хвилин на відповідних регіональних телеканалах та по 20 хвилин на регіональних радіоканалах. Цей час партії надається на кожному із зазначених каналів у двох рівних частках від загального обсягу виділеного часу тощо.



2.3. Особливості поширення інформації про результати опитування громадської думки, пов'язаного з виборами

Особливості поширення інформації про результати опитування громадської думки, пов'язаного з виборами регулюються статтею 67 Закону України «Про вибори народних депутатів України».

Відповідно до норм статті 67 Закону України «Про вибори народних депутатів України» телерадіоорганізації у разі поширення результатів опитування громадської думки, пов'язаного з виборами, зобов'язані зазначати таку інформацію:

- повну назву організації, що проводила опитування;
- замовників опитування;
- час його проведення;
- територію, яку охоплювало опитування;
- розмір та спосіб формування соціологічної вибірки опитаних;
- метод опитування;
- точне формулювання питань;
- можливу статистичну похибку.

Способи проведення опитувань виборців щодо їх волевиявлення під час голосування повинні забезпечувати збереження таємниці голосування опитуваного виборця. Оприлюднення в день голосування результатів такого опитування до закінчення голосування забороняється.

Крім того, забороняється оприлюднення чи поширення в інший спосіб результатів опитування громадської думки, пов'язаного з виборами, в тому числі щодо партій - суб'єктів виборчого процесу та кандидатів у депутати, протягом останніх двох днів перед днем голосування.

У разі оприлюднення телерадіоорганізацією результатів інтерактивного опитування аудиторії, що проводиться під час передачі, пов'язаної з виборами або за участю кандидатів у депутати, учасникам передачі забороняється коментувати результати таких опитувань або іншим чином посилатися на них.

Протягом всього часу оприлюднення результатів інтерактивного опитування аудиторії повинно супроводжувати текстове повідомлення «Це опитування відображає думку лише цієї аудиторії», яке має демонструватися на екрані (для телепередач) у формі, сприйнятній для глядача, чи бути озвученим (для радіопередач) чітким текстом диктора або ведучого передачі безпосередньо перед і після оприлюднення зазначених результатів.

2.4. Тональність висвітлення інформації про партії та кандидатів у депутати у новинах та інформаційно-аналітичних передачах

(за методологією Ради Європи)

Моніторинг фіксує показники тональності подання інформації, представленої в ефірі телерадіокомпаній про суб'єктів виборчого процесу позитивної, негативної або нейтральної за змістом.

Зазначені показники формуються на основі тональності подачі інформації про суб'єкта виборчого процесу телерадіокомпанією.

Тональність висвітлення телерадіокомпаніями подій, пов'язаних з суб'єктом виборчого процесу є позитивною, якщо спосіб подачі повідомлення та його характер – позитивні; якщо спосіб подачі повідомлення та його характер є негативними – тональність негативна; якщо спосіб подачі повідомлення та його характер є нейтральними – тональність нейтральна.

Частиною п'ятою статті 3 Закону України «Про вибори народних депутатів України» передбачено рівне виборче право шляхом рівного та неупередженого ставлення засобів масової інформації до кандидатів у депутати, партій - суб'єктів виборчого процесу.



2.5. Основні засади інформаційного забезпечення виборів

Відповідно до Закону України «Про вибори народних депутатів України» виборцям забезпечується можливість доступу до різнобічної, об'єктивної та неупередженої інформації, потрібної для здійснення усвідомленого, поінформованого, вільного вибору.

Телерадіоорганізації при поширенні інформації про вибори, яка не є передвиборною агітацією відповідно до статті 68 Закону України «Про вибори народних депутатів України», зобов'язані дотримуватися об'єктивності, неупередженості, збалансованості, достовірності, повноти і точності інформації.

Засади участі телерадіоорганізацій в інформаційному забезпеченні виборів регулюються статтею 66 Закону України «Про вибори народних депутатів України». Відповідно до передбачених норм телерадіоорганізації повинні:

- поширювати повідомлення про перебіг виборчого процесу, події, пов'язані із виборами, базуючись на засадах достовірності, повноти і точності, об'єктивності інформації та її неупередженого подання;
- розміщувати інформаційні матеріали на замовлення Центральної виборчої комісії та окружних виборчих комісій на підставі відповідних договорів, укладених із зазначеними комісіями;
- поширюючи інформацію про події, пов'язані із виборами, не можуть допускати замовчування суспільно необхідної інформації, що стосується цих подій, якщо вона була їм відома на момент поширення інформації;
- поширювати інформацію про вибори відповідно до фактів, не допускаючи перекручування інформації;
- намагатися отримувати інформацію про події, пов'язані з виборами, з двох і більше джерел, віддаючи перевагу першоджерелам;
- збалансовано висвітлювати коментарі всіх партій та кандидатів у депутати щодо подій, пов'язаних із виборами тощо.

Телерадіоорганізації самостійно визначають кількість ефірного часу, присвяченого висвітленню фактів та подій, пов'язаних з виборчим процесом. У зазначених матеріалах телерадіоорганізаціям заборонено виокремлювати у своєму ставленні певних суб'єктів виборчого процесу чи надавати їм привілеї.

2.6. Проведення публічних дебатів, дискусій, «круглих столів», прес-конференцій стосовно положень передвиборних програм чи політичної діяльності партій та кандидатів

Відповідно до положень частини п'ятої статті 66 Закону України «Про вибори народних депутатів України» телерадіоорганізації мають право створювати та поширювати у прямому ефірі передачі за участю кандидатів у депутати, їх довірених осіб, партій - суб'єктів виборчого процесу, їх уповноважених осіб у формі передвиборних дебатів чи дискусій. Такі передачі повинні бути організовані у цикл передач однакового формату з метою дотримання принципу рівних умов та рівного доступу.

Телерадіоорганізація, яка має намір поширювати зазначені передачі, оприлюднює відповідну пропозицію, в якій повинні зазначатися формат передачі, строк, протягом якого необхідно надати згоду на участь у передачі, та вартість участі у такій передачі.

Формат передачі (циклу передач) включає порядок визначення учасників передачі за участю представників двох або більше кандидатів чи партій - за згодою учасників, за жеребкуванням тощо; тривалість передачі та обсяг ефірного часу, що надається для виступів кожному з учасників; наявність інших присутніх у студії під час передачі (експерти, журналісти, аудиторія в студії тощо), їх роль та порядок їх обрання чи визначення; регламент та правила поведінки учасників передачі; тему обговорення або порядок її визначення; умови поширення під час передачі іншої інформації (результатів опитувань думки громадян, інтерактивного голосування, статистичних відомостей, освітньої та довідкової інформації, концертних виступів тощо); інші умови створення передачі.

Обсяг ефірного часу, що надається учасникам передач для участі в дискусії або для відповіді на запитання, повинен визначатися за однаковими правилами.



2.7. Показники моніторингу висвітлення інформації про суб'єктів виборчого процесу та інших пов'язаних з ними осіб та організацій в ефірі ТРО:

- ім'я (суб'єктів політичного процесу та інших пов'язаних з ними осіб та організацій);
- належність (суб'єктів політичного процесу та інших пов'язаних з ними осіб та організацій);
- прямий/непрямий час: з цим критерієм вимірюється кількість часу та вважається прямою у випадку, коли особа говорить прямо на камеру та мікрофон (пряма мова), а ми можемо чути її голос. У всіх інших випадках відповідна кількість часу висвітлення інформації про особу через ЗМІ вважається непрямою;
- час: кількість часу, що надається конкретній особі чи політичному суб'єкту (вимірюється у секундах за допомогою точної вимірювальної системи);
- тональність: оцінка тональності подачі інформації про суб'єкта виборчого процесу;
- сукупний час: кількість часу, виділеного на інформацію про суб'єкта виборчого процесу в ефірі телерадіокомпанії за визначений проміжок часу.

Категорії передач, в яких присутня інформація про перебіг виборчого процесу:

1. спеціальні передачі;
2. випуски новин і підсумкові випуски новин;
3. інформаційно-аналітичні передачі;
4. політичні ток-шоу;
5. розважальні програми і передачі;
6. передачі журналістських розслідувань;
7. інше (міжпрограми вставки, огляд преси, документальні фільми тощо).

2.8. Моніторинг виконання телерадіоорганізаціями передбачених законодавством заборон відповідно до вимог Закону України «Про вибори народних депутатів України»

Забороняється:

- впродовж 10 хвилин до і після теле-, радіотрансляції передвиборної агітаційної теле-, радіопрограми партії, кандидата у депутати на тому ж каналі мовлення в будь-якій формі коментувати чи оцінювати зміст передвиборної агітаційної програми, дії партії, кандидатів у депутати;
- включення до інформаційних теле- і радіопрограм (випусків новин) передвиборних агітаційних матеріалів партій, у тому числі політичної реклами (усі матеріали передвиборної агітації повинні бути відокремленими від інших матеріалів і означені як такі);
- поширення у будь-якій формі матеріалів, що містять заклики до ліквідації незалежності України, зміни конституційного ладу насильницьким шляхом, порушення суверенітету і територіальної цілісності держави, підриву її безпеки, незаконного захоплення державної влади, пропаганду війни, насильства та розпалювання міжетнічної, расової, національної, релігійної ворожнечі, посягання на права і свободи людини, здоров'я населення;
- засобам масової інформації, їх посадовим та службовим особам і творчим працівникам під час виборчого процесу у своїх матеріалах і передачах, не обумовлених угодами, укладеними відповідно до вимог частин п'ятої та десятої статті 72 і частин другої та сьомої статті 73 цього Закону, агітувати голосувати за або не голосувати за партії, кандидатів у депутати чи поширювати інформацію, яка має ознаки політичної реклами, безоплатно або яка оплачена з джерел, не передбачених законом, а так само поширювати будь-яку інформацію з метою спонукання виборців голосувати за або не голосувати за певного суб'єкта виборчого процесу. Авторам і ведучим телерадіопередач, які є кандидатами у депутати, під час виборчого процесу також забороняється у телерадіопередачах вести передвиборну агітацію;



- переривати передачі передвиборних програм партій рекламою товарів, робіт, послуг та іншими повідомленнями;
- з часу припинення передвиборної агітації відповідно до частини другої статті 70 цього Закону проведення агітаційних заходів, розповсюдження передвиборних агітаційних матеріалів у засобах масової інформації, демонстрація агітаційних фільмів чи кліпів, публічні заклики голосувати за чи не голосувати за партії - суб'єкти виборчого процесу, кандидатів у депутати в одномандатному окрузі або публічна оцінка діяльності цих партій чи кандидатів у депутати тощо.

2.9. Особливості поширення політичної агітації відповідно до Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної»

Відповідно до частин четвертої та п'ятої статті 18 Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» матеріали передвиборної агітації, що транслюються на телебаченні та радіо з 16 липня 2019 року виконуються державною мовою.

Матеріали передвиборної агітації, у тому числі відеоматеріали про вибори Президента України, народних депутатів України, депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим, депутатів і посадових осіб органів місцевого самоврядування, всеукраїнські і місцеві референдуми та їх результати, а також політична реклама, передвиборна агітація та теледебати адаптуються для сприйняття жестомовними особами шляхом перекладу українською жестовою мовою та/або субтитрування українською мовою з урахуванням вимог, встановлених законом.

У порядку і на умовах, визначених законом щодо порядку реалізації прав корінних народів, національних меншин України, в окремих населених пунктах допускається поширення матеріалів передвиборної агітації, виконаних державною мовою та дубльованих мовами відповідних корінних народів, національних меншин України.



Інше

Крім того, буде проведено вибірковий моніторинг іноземних телемовників щодо порушення норм законодавства України щодо заборони громадянам іноземних держав, особам без громадянства ведення передвиборної агітації через журналістську діяльність або в діяльності яких містяться заклики до ліквідації незалежності України, зміни конституційного ладу насильницьким шляхом, порушення суверенітету і територіальної цілісності України, підризу її безпеки, незаконного захоплення державної влади, пропаганда війни, насильства та розпалювання міжетнічної, расової, національної, релігійної ворожнечі, посягання на права і свободи людини, здоров'я населення.