

**МЕДИЙНА СТРАТЕГИЯ НА СЪДЕБНАТА ВЛАСТ,
приета с решение на Пленума на ВСС
по протокол №37/13.10.2016 г.**

I. ВЪВЕДЕНИЕ

Медийната стратегия на съдебната власт очертава насоките за взаимодействие на ВСС и на органите на съдебната власт със средствата за масова информация за популяризиране на функциите на съдебната власт - защита правата и законните интереси на гражданите, юридическите лица и държавата.

Медийната стратегия синхронизира съществуващите в органите на съдебната власт правила и практики за комуникация с медиите. Тя цели постигане на единни, ясно установени и съвременни стандарти в медийната комуникация, включително координация при необходимост на дейностите и мерките, прилагани от органите на съдебната власт.

Настоящата Медийната стратегия е разработена в синхрон с утвърдената от Висшия съдебен съвет „Комуникационна стратегия на съдебната власт 2014 – 2020 г.“, приета от ВСС с решение по протокол №10 от 5 март 2015 г., и съответства на предвидените в т. 3.2.6. „Дейности и мерки по комуникацията с медиите”.

Прилагането на Медийната стратегия цели да осигури откритост и прозрачност в дейността на съдебната власт.

Медийната стратегия се основава на следните регламенти на достъпа до информация: чл. 41 от Конституцията на Република България; чл. 10, ал. 1 от Закона за радиото и телевизията (ЗРТ), Закона за достъпа до обществена информация (ЗДОИ), Закона за защита на класифицираната информация (ЗЗКИ), Закона за защита на личните данни (ЗЗЛД), Закона за защита на конкуренцията (ЗЗК), Закона за съдебната власт (ЗСВ), Граждански процесуалния кодекс (ГПК), Наказателно-процесуалния кодекс (НПК) и в Административно-процесуалния кодекс (АПК); чл. 10 на Европейската конвенция за правата на човека, където в чл. 10 е признато правото на всеки да получава и разпространява информация.

Медийната стратегия на съдебната власт има предвид препоръките на „Становище №7 (2005) на Консултативния съвет на европейските съдии (КСЕС) относно „Правосъдие и общество”, „Становище № 8 (2013) на Консултативния съвет на европейските прокурори относно отношенията между прокурорите и медиите, одобрено от КСЕП на 8-о пленарно заседание (Ереван, 8-9 октомври 2013 г.), както и на Доклад „Правосъдие, общество и медии” 2011-

2012 г., разработен от проектен екип на Европейската мрежа на съдебните съвети.

Медийната стратегия отчита наличието на „Правила за медийна комуникация в системата на Прокуратурата на Република България” и аналогичните в съдилищата.

Медийната стратегия на съдебната власт се основава на направения в „Комуникационна стратегия на съдебната власт 2014 – 2020 г.” „Анализ на състоянието на комуникациите в съдебната власт”.

Настоящата Медийна стратегия на съдебната власт заменя Единната медийна стратегия на съдебната власт, приета с решение на ВСС по протокол №25/25.06.2003 г.

II. ЦЕЛИ НА МЕДИЙНАТА СТРАТЕГИЯ НА СЪДЕБНАТА ВЛАСТ

Стратегическа цел на Медийната стратегия е създаване на устойчив модел за комуникация на органите на съдебната власт със средствата за масова информация чрез проактивна комуникационна политика за постигане на диалог, партньорство, взаимодействие и гарантиране на отчетност на съдебната власт.

За постигане на тази цел е необходимо въвеждане на единни правила за комуникация и реакция в органите на съдебна власт, които да осигурят правото на обществото да получава открито, ясно и своевременно информация. Тяхното приложение трябва да постигне разбиране, уважение и приемане на актовете на съдебната власт и на работата на магистрати и съдебни служители. Тези отношения са предпоставка за установяване на взаимно разбиране и доверие във върховенството на закона и независимостта на съдебната власт.

Медийната стратегия се реализира като се съобразяват специфичните функции на всеки орган на съдебната власт, Висшия съдебен съвет, Инспектората към ВСС и Националния институт на правосъдието, както и позиционирането в тях на магистратите, осъществяващи връзки с медиите, и на експертите „Връзки с обществеността”.

Медийната стратегия дефинира следните краткосрочни, средносрочни и дългосрочни цели:

1. Краткосрочни цели:

- Определяне на механизми за постигане на прозрачност в работата на съдебната власт.

- Подпомагане органите на съдебната власт в изграждането на единна и цялостна визия за медийната политика чрез прилагане на единни стандарти за комуникация.

- Осигуряване на облекчен достъп до информация в органите на съдебната власт.

- Повишаване на комуникационната компетентност на магистратите и служителите за връзки с обществеността в органите на съдебната власт при работа със средствата за масова информация.

- Установяване и прилагане на единен стандарт в медийната комуникация в случаи на криза, включително координация и провеждане на обща политика от органите на съдебната власт по даден проблем.

- При прилагане на Медийната стратегия служителите „Връзки с обществеността” съгласуват своите действия директно с административните ръководители на съответния орган на съдебната власт.

2. Средносрочни цели:

- Координиране и регулиране на изпълнението на общите и специфичните цели на „Комуникационната стратегия на съдебната власт 2014 – 2020”, съотнесими с Медийната стратегия на съдебната власт (респективно реализирането на дейностите, разписани в нея и отнасящи се до комуникацията между съдебната власт и медиите).

- Поддържане на модел на взаимодействие между експертите „Връзки с обществеността” в органите на съдебната власт чрез координиране и изпълнение на общи медийни и информационни кампании.

- Създаване на мрежа от магистрати – говорители, и съдебни служители, включително експерти „Връзки с обществеността”, обезпечаващи комуникационните дейности по публичността на съдебната власт.

- Ресурсно осигуряване на медийната дейност на органите на съдебната власт.

3. Дългосрочни цели:

- Постигане и поддържане на ефективен модел за взаимодействие със средствата за масова информация, осигуряващ адекватно и обективно информационно отразяване.

- Създаване и поддържане на траен интерес към позитивните резултати в работата на съдебната власт.

- Повишаване на общественото разбиране за спецификата на работа в органите на съдебната власт.

- Постигане на подкрепа от обществото, повишаване на доверието и подобряване на публичния образ на съдебната власт и на магистратите.

III. ОБЕКТ, СУБЕКТ И ЦЕЛЕВИ ГРУПИ НА МЕДИЙНАТА СТРАТЕГИЯ

Обект на Медийната стратегия са външните целеви групи: медии – печатни, електронни, социални медии; журналисти – ресорни, включително на свободна практика и чуждестранни журналисти, акредитирани у нас; фоторепортери и видеооператори; съсловни организации на журналистите и на медийните издания.

Субект на Медийната стратегия са лицата за връзки с медиите в съответните органи на съдебната власт, съобразно организационната им структура: административни ръководители, прокурори – говорители, съдии – говорители/изпълняващи функциите за връзки с медиите, съдебни служители на длъжност „експерт „Връзки с обществеността” или изпълняващи функциите „Връзки с обществеността”.

Постоянната комисия, отговаряща за прилагането на „Комуникационната стратегия на съдебната власт 2014 – 2020 г.” и дирекция „Публична комуникация и протокол” в Администрацията на Висшия съдебен съвет при необходимост имат координираща роля при изпълнението на Медийната стратегия.

Съдебната власт осъществява комуникация, както директно чрез своите информационни канали, така и посредством медиите, тъй като срещата между гражданското общество и правосъдието се нуждае от тяхното партньорство и посредничество. Затова основна целева група на Медийна стратегия са журналистите, отразяващи работата на органите на съдебната власт и медиите, които те представляват, в това число социалните медии.

Индиректно като целеви групи се дефинират:

- гражданите на Република България;
- чужди граждани, пребиваващи в Република България;
- потребители на съдебни услуги – физически и юридически лица;
- ученици и младежи, проявяващи интерес към правните науки;
- педагози и общественици, влияещи върху формирането на гражданското съзнание;
- магистрати и съдебни служители;
- представители на международни и европейски институции, партньорски организации, включително правно-образователни организации.

IV. ПРИНЦИПИ НА МЕДИЙНАТА СТРАТЕГИЯ

Медийната стратегия на съдебната власт се осъществява при спазване на следните основни принципи:

- конституционно установеното право за достъп до информация;
- отговорност, публичност и прозрачност в рамките на предвидените от закона правомощия;
- точност, разбираемост и юридическа издръжаност на информацията, предоставяна от органите на съдебната власт;
- предвидимост на комуникационните дейности на съдебната власт;
- проактивно управление на комуникационната дейност на органите на съдебна власт;
- етичност, равнопоставеност и безпристрастност в партньорството с медиите;
- зачитане на правата на страните в съдебния процес;
- защита на личната информация;
- уважение към професионализма на работещите в органите на съдебната власт;
- уважение към професионализма на работещите в средствата за масова информация;
- синхронизиране на комуникацията на отделните органи на съдебната власт и непрекъснат диалог между пресслужбите;
- утвърждаване на единни стандарти, комуникационни канали и инструменти при изпълнение на Медийната стратегия в съответствие с „Наръчника за взаимодействие на органите на съдебната власт с медиите”, създаден в рамките на проект „Укрепване на капацитета на ВСС за по-добро управление на комуникационните процеси и повече прозрачност в дейността на съдебната система”, осъществен с финансовата подкрепа на ОПАК.

V. КОМУНИКАЦИОННИ КАНАЛИ И ИНСТРУМЕНТИ ЗА РАБОТА С МЕДИИТЕ

С цел постигане на по-висока ефективност и ефикасност при прилагане на Медийната стратегия на съдебната власт, органите на съдебната власт следва да съобразяват избора на комуникационни канали и инструменти за работа с медиите със съответните правила, приложими в наказателните, гражданските, търговските и административните производства /основните, от които са посочени в (Приложение 1).

Комуникационни канали на Медийната стратегия:

- Интернет сайтове на органите на съдебната власт;
- Онлайн излъчвания и видеоконферентни връзки;
- Профил/страница на органите на съдебната власт в социалната мрежа Facebook;
- Пресконференции;
- Брифинг;
- Изявление за медиите;
- Право на отговор;
- Интервю;
- Официални контакти с представители на средствата за масова информация и на техни съсловни организации;
- Неформални лични контакти с журналисти.
- Официална кореспонденция, включително по електронна поща;
- Разговори по телефона;
- Достъп и присъствие на медиите в съдебна зала, работни форуми и инициативи на съдебната власт;
- Проследяване на заседанията на Пленума на ВСС, на неговите Колегии и други в определената за целта зала.

Комуникационни инструменти на Медийната стратегия:

- Прессъобщение;
- Съобщения;
- Пресбюлетини;
- Пресконференции;
- Видеозапис и фотографиране в съдебната зала;
- Комуникационни програми за популяризиране на работата на органите на съдебна власт;
- Публични инициативи на органите на съдебна власт, сред които:
 - „Ден на отворените врати” в органите на съдебната власт;
 - Образователна програма „Съдебната власт – информиран избор и гражданско доверие. Отворени съдилища и отворени прокуратури”, осъществявана от ВСС и МОН;
 - „Дни на медиацията”;
 - Провеждане на симулиран съдебен процес;
 - Други събития:
 - Конкурси:
 - Изложби;
 - Комуникационни кампании;
 - Други.

VI. ИЗВЪНРЕДНИ И КРИЗИСНИ СИТУАЦИИ, СВЪРЗАНИ С ПУБЛИЧНИЯ ОБРАЗ И НЕЗАВИСИМОСТТА НА СЪДЕБНАТА ВЛАСТ (Приложение 2.)

- Информационно обезпечаване на предприетите действия от ВСС в случаите на прилагане на Процедурата за публична реакция в случаи на засягане независимостта на съдебната власт.
- Изграждане на механизми за успешна комуникация в извънредни и кризисни ситуации, свързани с публичния образ и независимостта на съдебната власт.
- Създаване на унифициран кризисен план за комуникация на съдебната власт, интегриращ комуникационни действия на всички засегнати органи.

VII. ДЕЙНОСТИ ЗА ПОСТИГАНЕ НА ЦЕЛИТЕ НА МЕДИЙНАТА СТРАТЕГИЯ (Приложение 3.)

- Прилагане на единен подход и приемане на обща визия за Медийната политика на органите на съдебната власт.
- Подобряване на комуникацията с медиите и качеството на предлаганото съдържание.
- Подобряване на разбирането на обществото за спецификата на работа в органите на съдебната власт.
- Постигане на високо ниво на прозрачност в работата на органите на съдебната власт.
- Подпомагане на магистратите и експертите „Връзки с обществеността” в органите на съдебна власт при работа с медиите.

VIII. РЕСУРСИ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА МЕДИЙНАТА СТРАТЕГИЯ

Медийната стратегия на съдебната власт цели да унифицира съществуващите политики, механизми и правила за работа с медиите.

Висшият съдебен съвет и органите на съдебната власт следва да обезпечат с необходимия финансов, технически и експертен ресурс прилагането на Медийната стратегия.

За повишаване на експертния капацитет в областта на медийната комуникация следва да се провеждат периодични обучения на административните ръководители на органите за съдебна власт и на лицата, отговарящи за връзки с медиите.

В този смисъл реализирането на заложените дейности е приоритет за всеки орган на съдебната власт, за магистратите и

съдебните служители, включително тези, отговарящи за прилагането и изпълнението на Стратегията.

IX. КООРДИНАЦИЯ, НАБЛЮДЕНИЕ И ИЗПЪЛНЕНИЕ НА МЕРКИТЕ В МЕДИЙНАТА СТРАТЕГИЯ

Координацията, наблюдението и изпълнението на Медийната стратегия се осъществява от Висшия съдебен съвет и органите на съдебната власт.

Висшият съдебен съвет подпомага при необходимост органите на съдебната власт при реализиране на заложените в Медийната стратегия дейности.

Висшият съдебен съвет популяризира иновативни и ефективни практики, които водят към повишаване на общественото доверие.

X. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Новата Медийна стратегия е създадена през 2016 г. като част от приетата Комуникационна стратегия на съдебната власт. В нея са очертани най-общо необходимостта, целите и принципите, както и някои дейности и мерки за постигане на целите.

Подробна информация за утвърждаването на нова комуникационна компетентност, на единни стандарти и законосъобразни правила за комуникация на органите на съдебната власт с традиционните и с новите медии се съдържа в „Наръчник за взаимодействие на органите на съдебната власт с медиите”.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.

КОМУНИКАЦИОННИ КАНАЛИ И ИНСТРУМЕНТИ ЗА РАБОТА С МЕДИИТЕ

ПРЕССЪОБЩЕНИЯ

Грамотно написани, юридически издържани, на достъпен и разбираем за широката общественост език, прессъобщенията са подходящ начин за оповестяване на официална информация в кратък срок. Те могат да се използват за ефективно отразяване на цялостната дейност на органите на съдебната власт. Информационните поводи за писане на прессъобщения са:

- разглеждани дела със значим обществен интерес и постановени по тях съдебни актове;
- административни, организационни и процедурни промени в работата на органите на съдебната власт;
- кадрови промени;
- инициативи и нововъведения в органите на съдебната власт;
- работа по проекти;
- официални срещи и посещения;
- статистическа информация и др.

Прессъобщенията на всички органи на съдебната власт би трябвало да имат идентична визия, която да ги прави разпознаваеми сред големия поток от информационни текстове, например: идентично лого на съдилищата, на прокуратурите; информация за възможностите за обратна връзка – име и координати (телефони, e-mail) на конкретен служител, който може да предостави по-подробни данни или да направи разяснения, на интернет сайта и други.

Предвид това, че вече почти всички съдебни актове се публикуват на интернет страниците на органите на съдебната власт, прессъобщението трябва да бъде кратко, но ясно и насочващо към пълния текст. Прессъобщенията, особено тези, които се отнасят до съдебни актове, да не съдържат никакъв коментар.

ИНТЕРНЕТ СТРАНИЦИ НА ОРГАНИТЕ НА СЪДЕБНАТА ВЛАСТ

Унифицирането на интернет сайтовете на органите на съдебната власт ще осигури професионализация и повече предвидимост на предоставяната от тях информация, ще направи по-

лесен достъпа до нея, следователно ще доведе до повишаване на доверието в съдебната система.

Интернет страниците на съдебната власт осигуряват бърз достъп до актуална информация за работата на съответния орган, формуляри и примерни образци на документи, съдействат за повишаване правната култура на гражданите, както и осигуряване на обратна връзка. Важно за гражданите и за юридическите лица е наличието на информация за дължими държавни такси, административна и банкова информация, адреси за кореспонденция.

Интернет сайтовете на съдебната власт могат да улеснят достъпа на хора с увреждания до институциите посредством създаването на звукова версия за тях.

Те дават възможност за непрекъснато проучване на общественото мнение чрез анализ на данните за потребителите на сайта, както и чрез директно анкетиране на посетителите на уебсайта. Онлайн провежданите анкети оценяват фактори като нивото на готовност за възприемане, нивата на знание и актуалните вярвания на реципиентите и позволяват да се формулират по-тясно насочени послания.

Подходящо е на интернет сайтовете на органите на съдебната власт да има възможност за опция, на която да се публикуват публични изказвания на административните им ръководители и на магистрати по актуални теми, поздравления по важни поводи /в текстов или аудиовизуален формат/ на членове на ВСС, изразени при техни гостувания, на местни конференции и семинари, по повод чествания, награждавания и други.

ПРОФИЛ НА ОРГАНИТЕ НА СЪДЕБНАТА ВЛАСТ В СОЦИАЛНАТА МРЕЖА FACEBOOK

Комуникацията на съдебната власт с новите медии отчита ключовите им характеристики: интерактивност, дигиталност, виртуалност, активно участие на потребителите, мрежови форми за комуникация. Тази специфика осигурява на органите на съдебна власт много по-големи възможности за достъп до медии и граждани и за позициониране на своите послания в публичното пространство. Новите медии скъсяват разстоянието между съдебната система и младите хора, които чрез дигиталните технологии организират живота си по нови правила, разработени до голяма степен на базата на интернет-комуникациите.

Съдебната власт отчита резултатите от актуалните проучвания, че социалните мрежи играят все по-голяма роля на пазара на клиентски ориентирани информационни услуги и различните организации трябва да вземат проактивни мерки за въвеждането им,

за да се повиши доверието в тяхната работа. Освен това, социалните мрежи влияят силно върху лоялността на хората като потребители на услуги – те стават „приятели” с организации, институции, марки в социалните мрежи.

Друго предимство на социалната мрежа е възможността да се публикуват неограничен брой аудио и видео-материали.

Социално-медийните комуникации са богати на данни и метрики, те предоставят на органите на съдебната власт обратна информация за интереса и приемането или отхвърлянето на конкретната комуникация. Публикуваните в тях коментари могат да послужат за неофициален анализ на тенденциите във възприемането на съдебната власт.

ПРЕСКОНФЕРЕНЦИИ

Пресконференции се провеждат при наличие на сериозен информационен повод, който налага органите на съдебна власт да изпратят съобщение с голям обществен интерес:

- годишен отчет за работата на съда;
- популяризиране на значими резултати от дейността на съответния орган на съдебната власт;
- сериозен проблем, свързан с работата на съда, към който медиите и обществото проявяват подчертан интерес;
- участие в реализация на значими проекти;
- важни кадрови промени;
- възникнала кризисна ситуация;
- съществени законодателни промени, отразяващи се върху цялостната работа на съдебната система и други важни информационни поводи.

Водещ на пресконференцията е експертът „Връзки с обществеността”, който популяризира предварително провеждането ѝ, оказва помощ при подготовката на участниците в пресконференцията, избира мястото на провеждане като го съобразява с броя на присъстващите журналисти и другите участници, при необходимост подготвя материали, съдържащи резюме на основните теми.

БРИФИНГ

Брифингът е краткотрайна среща с журналисти за предаване на информация за органите на съдебна власт по актуален повод, свързан с интересите на институцията или в отговор на обществен интерес.

ИЗЯВЛЕНИЕ ЗА МЕДИИТЕ

Изявлението за медиите дава възможност за изпращане на директно послание до външните и вътрешни публики на ВСС и на органите на съдебна власт. Преценка за необходимостта от него се прави от ПР експерта и ръководството на институцията въз основа на анализа на обстоятелства във връзка с журналистическа публикация или материал, излъчен от ефирни медии.

ПРАВО НА ОТГОВОР

ВСС и органите на съдебната власт могат да ползват предвиденото в чл. 14 от Закона за радиото и телевизията и чл. 1.2.2. от Етичния кодекс на българските медии право на отговор в случаи, когато се приема, че с публикуването или излъчването на манипулативни и непълни информации и твърдения.

ИНТЕРВЮ

Участието на магистрати в радио и телевизионни предавания, интервюта и други медийни изяви допринасят за изграждане на обществената представа за съдебната власт. Авторитетното лично присъствие на магистратите в медийното пространство е предпоставка за по-точно представяне на спецификата на съдебната дейност, за коментиране на конкретни позиции, проблеми и противоречия, както и за повишаване на доверието към работата на съдебната система.

НЕФОРМАЛНИ ЛИЧНИ КОНТАКТИ С ЖУРНАЛИСТИ. РАЗГОВОРИ ПО ТЕЛЕФОНА

Взаимодействието между органи на съдебната власт и медиите включва също неформални лични контакти между магистратите и журналистите. Те дават възможност за обогатяване на правната култура на журналистите и са предпоставка по-компетентно и достоверно представяне на съдебната информация, от гледна точка на познаване на законовите норми и юридическата терминология. На тези срещи е допустимо магистратите да разясняват принципи въпроси в правната сфера, които биха спомогнали журналистите да осмислят, да разберат и да отразят по-адекватно и обективно дейността на ВСС и органите на съдебната власт.

При неформални срещи с журналисти, работещите в органите на съдебната власт се съобразяват със законовите разпоредби (чл. 136 от Закона за съдебната власт, Правилника за администрацията в съдилищата и Етичните кодекси на съдиите и на съдебните служители).

ВИДЕОЗАПИС И ФОТОГРАФИРАНЕ В СЪДЕБНАТА ЗАЛА

Видеозаписът и фотографирането са изключително експресивно и въздействащо средство за комуникация. Освен от традиционните медии, те се ползват активно от съвременните интерактивни медии – информационни агенции, блогове и Facebook.

При осигуряване на възможност за снимки органите на съдебна власт съобразяват чл. 32, ал. 2 от Конституцията на Република България – никой не може да бъде фотографиран и филмиран без негово знание или въпреки неговото изрично несъгласие.

Становището на КСЕС изразява резервираност към тази форма на обществен достъп до съдилищата. Препоръчва се председателят на съдебния състав да определя условията за заснемане и да се вземат мерки за защита на правата на участващите в съдебния процес лица.

Същевременно трябва да се вземе предвид ролята на съвременните аудио-визуални комуникации за отразяване на дела с висок обществен интерес, за популяризиране на съдебната дейност, за повишаване на правната грамотност на гражданите.

Затова в съдилищата се спазват следните специфични правила, при които се осигурява видеозаснемане и фотографиране:

1. Експертът „Връзки с обществеността“ обсъжда със съдията-докладчик по дело с обществен интерес евентуален или заявен от медии интерес за заснемане на съдебно заседание или за интервю със задържано по мярка за неотклонение лице, с подсъдим по наказателно дело, със страна по гражданско, търговско или административно дело, с процесуален представител по съдебно дело или с вещо лице.

2. Експертът „Връзки с обществеността“ или председателстващият съдебния състав по делото запитва страните, дали са съгласни да се извърши видеозаснемане/фотографиране в съдебната зала, или да се проведе интервю с участник в съдебен процес.

3. При получено от страните или участник в съдебно заседание съгласие за видеозаснемане/фотографиране, експертът „Връзки с обществеността“ обсъжда със служителите от звено „Съдебна охрана“ необходимостта от мерките за безопасност. Видеозаснемането/фотографирането се осъществява съобразно набелязаните мерки за безопасност.

4. В началото на съдебно заседание се осигурява подходящо място за разполагане на видеоператори и фотожурналисти в съдебната зала. Заснемане се допуска при откриване на съдебно

заседание и по време на проверка на страните по делото до даване на ход на съдебния процес.

5. След този момент в съдебната зала остават само журналисти. При разглеждане на наказателно дело те се разполагат на скамейките на втори и трети ред от страната на държавното обвинение;

6. Интервю със задържано или подсъдимо лице се провежда при съгласие на председателстващия съдебното заседание съдия, на подсъдимия и неговия защитник. С разрешение на председателстващия съдебното заседание съдия и след съгласуване със служителите от съдебната охрана интервюто се провежда в съдебната зала или на подходящ обособено и обезопасено място в съдебен коридор;

7. Интервю с обвиняем в досъдебната фаза, с подсъдим по наказателно дело в съдебна фаза или с осъдено лице се провеждат съгласно разпоредбите на Закона за изпълнение на наказанията и задържането под стража:

Чл. 91. (1) Лишените от свобода могат да бъдат фотографирани, филмирани или записвани от средствата за масово осведомяване само с тяхно съгласие.

(2) Лишените от свобода могат да подават молби и жалби до печатни и електронни медии и да се срещат с журналисти.

(3) Представителите на електронни и печатни медии могат да бъдат допускани в местата за лишаване от свобода и да провеждат интервюта с осъдени лица с разрешение на началника на затвора или на поправителния дом.

Чл. 253. (1) Право на достъп до обвиняемите и подсъдимите имат прокурорът, разследващият орган, съдиите, експертите, адвокатите, защитниците и поверениците по делото.

(4) Срещи на обвиняеми и подсъдими с представители на средствата за масово осведомяване се допускат след писмено разрешение на съответния прокурор или съд. Обвиняемите и подсъдимите могат да бъдат интервюирани и фотографирани, само ако изразят изрично писмено съгласие за това.

(5) Достъпът на лицата по ал. 1 - 4 се осигурява в рамките на работното време след представяне на съответните документи. По изключение този достъп може да бъде удължен за не повече от два часа.

ПРИСЪСТВИЕ НА МЕДИИТЕ В СЪДЕБНАТА ЗАЛА

Публичният характер на съдебните заседания се приема като основна процедурна гаранция за прозрачност в демократичното общество. С Наказателно-процесуалния кодекс – чл. 20, и

Гражданския процесуален кодекс – чл.134 и чл. 136, се регламентира откритото разглеждане на делата.

КОМУНИКАЦИОННИ ПРОГРАМИ ЗА ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА РАБОТАТА НА ОРГАНИТЕ НА СЪДЕБНА ВЛАСТ

Публични инициативи на органите на съдебна власт

Медиите са естествен партньор в популяризирането на публични инициативи на органите на съдебната власт.

- **„Ден на отворените врати” в органите на съдебната власт:**

„Денят на отворени врати” е активно прилаган комуникационен модел за социално опознаване на съдебната власт и нейните целеви групи. От 2013 г. те се провеждат по предварително обявен на интернет сайта на Висшия съдебен съвет график. Инициативата допринася да се повиши информираността на гражданите за функциите и дейността на органите на съдебната власт, за повишаване доверието на обществеността към съдебната система и обогатяване правната култура на гражданите.

- **Образователна програма „Съдебната власт – информиран избор и гражданско доверие. Отворени съдилища и прокуратури”:**

Провежда се сред ученици в гимназиалния курс VIII - XII клас с цел превенция и повишаване на тяхната информираност за структурата, функциите и значението на съдебната власт в Република България.

Експертите „Връзки с обществеността” в органите на съдебната власт са координатори по програмата.

- **„Дни на медиацията”:**

Провеждат се в органи на съдебна власт, където са създадени медиационни центрове или работят активно с медиатори. Допринасят за популяризиране на този способ за извън съдебно решаване на спорове и предоставят допълнителни услуги на гражданите.

- **Симулиран съдебен процес:**

Организиран се съвместно с ученици и студенти, които влизат в ролите на участниците в съдебния процес. Магистратите подпомагат подготовката на симулирания съдебен процес като представят съдебните процедури и поясняват приложимите законови норми.

Други събития:

- **Конкурси:**

Насочени са към учениците от гимназиалния курс и целят да провокират интереса им към съдебната система, към значението и приложението на законите, към актуални за правосъдието теми.

- **Изложби:**

С тях се представя историята или работата на органите на съдебна власт. Те допринасят за популяризиране на правосъдните институции в обществото и за повишаване на техния авторитет.

Други изложби – художествени и фотоизложби, създават неформална атмосфера и позитивен облик на органите на съдебна власт. Повишават интереса към органите на съдебна власт.

(Виж други предложения за комуникационни дейности от стр. 47 до стр. 50 на „Наръчник за взаимодействие на органите на съдебната власт с медиите“.)

- **Комуникационни кампании:**

Организиран се от Висшия съдебен съвет или органите на съдебна власт, за да представят пред обществото и вътрешните публики – магистрати и съдебни служители, нови политики, промени в законодателството, актуални теми и тенденции в правораздаването и други. За тяхното провеждане могат да се изработят печатни материали, видео и аудио клипове, банери и други рекламни материали.

Комуникационните кампании представляват целенасочен процес на информиране и повлияване на целеви групи или големи групи хора, независимо от темата и локацията. Те се осъществяват в специфични рамки, като се отчита спецификата на сегментираната аудитория, посредством прилагане на стратегии, информиращи и убеждаващи послания, като в хода на тези процеси се предлага междинна промяна на комуникационната политика и на механизмите за нейното осъществяване. За разпространението им се използват традиционните медии, нови технологии и международни мрежи.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.

ОСНОВНИ ПРАВИЛА ЗА РАБОТА ПРИ КРИЗИСНА СИТУАЦИЯ

Кризата е събитие, което възниква неочаквано, не може да бъде контролирано и показва несъответствие между външните очаквания и възприеманото функциониране на органите на съдебна власт. Тази празнина се създава и поддържа от комбинация от вътрешни и външни фактори.

При кризисна комуникация органите на съдебна власт трябва спешно да обяснят на своите целеви публики и на обществото като цяло причините за ситуацията и да ги убедят, че са предприети необходимите мерки за успешното ѝ преодоляване.

Различаваме функционални кризи, които са резултат от сериозни проблеми в дейността и процесите на организацията, и водят до невъзможност да изпълнява функциите си, и имиджови кризи – при които са атакувани личността и качествата на публични фигури.

Органите на съдебна власт изработват Планове за комуникация в кризисни ситуации, с които установяват проблемни моменти в работата на институцията, разписват се конкретни стъпки (етапи), през които преминава преодоляването на кризата, както и действията, които институцията трябва да извърши за справянето с нея, анализират се варианти за разрешаването ѝ.

В Плана за комуникация при криза се създава комуникационен център/кризисен щаб, оглавяван от административния ръководител. В него влизат магистрати, съдебни служители, които имат отношение и компетенции по въпроса и експертът „Връзки с обществеността“.

Кризисният щаб определя своя говорител, който единствен осъществява пряката комуникация с медиите. Това означава, че се поддържа една версия по възникналия проблем и няма опасност от разнопосочна информация, която да породви съмнения.

Кризисната комуникация е успешна, когато се провежда прозрачно и открито, с поемане на отговорност от висшето управление и предоставяне на непрекъсната информация.

Най-често кризисни ситуации възникват при публикуване на неточна и заблуждаваща информация от медиите и при подвеждащо интерпретиране на случилото се. За разрешаване на проблемите при възникване на криза в орган на съдебната власт и след определяне на

вида ѝ, се пристъпва към реализиране на План за действие при криза, който всяка институция има изготвен. Проблемите не могат да бъдат разрешени само чрез изпращане на прессъобщение с коректната информация, посочване на източниците за нея, позоваване на външни реферати, чрез които журналистите да направят собствена проверка.

Гарантира се възможност за свободен достъп до информация на всички, без да се пренебрегват някои от медиите. Това показва нагласа за откритост и готовност за сътрудничество с всички средства за масова информация при отразяване на възникналия проблем.

Необходима е бързина на подаване на информация – подходът да се мълчи, докато не се разчуче е грешен. При него се губи възможността за лансиране на собствената позиция по възникналия проблем. Правилото е, ако мълчим по време на кризисна ситуация, винаги ще се намери кой да говори.

Прозрачност и честност – прикриването на информация в конфликтни (кризисни) ситуации крие опасности и създава допълнителни затруднения, защото се нарушава изграденото доверие към работата на съответния орган на съдебната власт, както и към цялата съдебна власт.

Подобряване на вътрешната комуникация – по време на криза бързо и точно се информира целият състав на съответния орган на съдебната власт за това, което се случва. При липса на вътрешна комуникация, напрежението сред магистратите и служителите ще рефлектира и извън органа на съдебна власт.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

ДЕЙНОСТИ ЗА ПОСТИГАНЕ НА ЦЕЛИТЕ НА МЕДИЙНАТА СТРАТЕГИЯ

1. ИЗГРАЖДАНЕ НА ЕДИННА И ЦЯЛОСТНА ВИЗИЯ ЗА МЕДИЙНАТА ПОЛИТИКА НА ОРГАНИТЕ НА СЪДЕБНАТА ВЛАСТ

Медийната стратегия на съдебната власт стъпва на създадените добри комуникационни практики:

- в част от органите на съдебна власт са създадени пресофиси и са назначени експерти „Връзки с обществеността”. В прокуратурите са определени говорители, а в съдилищата са определени лица за контакт с медиите или тези функции се изпълняват от административните ръководители;
- всички органи на съдебна власт разполагат с интернет сайтове и предоставят чрез тях директно информация за медиите и обществото;
- органите на съдебна власт провеждат информационни кампании като „Ден на отворени врати”, образователна програма „Съдебната власт – информиран избор и гражданско доверие. Отворени съдилища и прокуратури”, конкурс за есе, награда за медии, отразяващи дейността на съдебната система и други;
- взаимодействие с граждански структури по съвместни проекти и други.

Медийната стратегия набелязва следните дейности като насока за изграждане на единна и цялостна визия на съдебната власт:

1.1. Прилагане от органите на съдебната власт на въведените с „Комуникационната стратегия на съдебната власт 2014 – 2020 г.” и разработения към нея „Наръчник за взаимодействие на органите на съдебната власт с медиите” единни стандарти, комуникационни канали и инструменти, чрез които органите на съдебната власт ще осигурят прозрачност на своята работа при спазване на законите на Република България;

1.2. Всеки орган на съдебна власт разработва и изпълнява годишен план, съобразен с „Плана за изпълнение на комуникационните дейности”;

1.3. Въвеждане на единен интернет портал, който ще наложи единен стандарт за визия, функции и ползване на предоставяните от съдебната власт електронни услуги;

1.4. Постепенно позициониране на органите на съдебната власт в социалните мрежи и приоритетно – на ниво апелативен съд;

1.5. Ежегодно актуализиране на правилата за работа с медиите, създадени с „Наръчника за взаимодействие на органите на съдебната власт с медиите“;

1.6. Въвеждане на единни стандарти за визия на прессъобщения, изготвяни от органите на съдебна власт;

1.7. Унифициране на оформлението на официалната кореспонденция и графичните символи на органите на съдебната власт;

1.8. Унифициране на практиката по Закона за достъп до обществена информация;

1.9. Възприемане на единна политика за комуникация в кризисни ситуации;

1.10. Провеждане на общи за съдебната система информационни кампании за работата на съдебната власт сред целеви групи и местните общности.

2. ДЕЙНОСТИ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА КОМУНИКАЦИЯТА С МЕДИИТЕ И КАЧЕСТВОТО НА ПРЕДЛАГАНОТО СЪДЪРЖАНИЕ.

Реализирането на медийната стратегия се основава на изградените в органите на съдебна власт добри практики за комуникация с медиите и професионализация на комуникацията.

Необходимо е съдебната власт да прилага единна политика и спрямо „новите“ и социалните медии, които се явяват най-директният и непосредствен инструмент за комуникация.

2.1. Продължаване на професионализацията и институционалната централизация на комуникацията (комуникация в един глас) в отношенията с традиционните медии;

2.2. Проактивна комуникация с медиите, посредством която представителите на съдебната власт определят в по-голяма степен дневния ред на дискусиите, свързани с прилагането на правосъдието и върховенството на закона;

2.3. Регламентиране на стратегическото планиране в областта на комуникациите;

2.4. Провеждане на тематични и периодични пресконференции, брифинги, интервюта и срещи с представителите на медиите;

2.5. Активна работа за повишаване на правната култура на медиите, чрез провеждане на работни срещи/семинари, с цел разясняване на промени в правоприлагането или актуални теми, свързани с е-правосъдие напр.;

2.6. Следване на общи правила за взаимодействие и работа с медиите – унифицирани правила за общуване с журналисти за всички органи на съдебната власт, с отчитане на спецификите на отделните ѝ звена. (Виж „Наръчник за взаимодействие на органите на съдебната власт с медиите” стр. 23 – 49);

2.7. Утвърждаване на единен стандарт при оформление и публикуване на информация за пресата на електронните страници на органите на съдебната власт (Виж Приложение 1);

2.8. Засилване на присъствието на съдебната власт в новите и социалните медии чрез:

- активно публикуване на информация на интернет портала на Висшия съдебен съвет и на новия единен интернет портал на съдебната система;
- позициониране на органите на съдебната власт във Facebook;
- предоставяне на видеосъдържание на живо в интернет.

2.9. Стимулиране разработването на програми и механизми за насърчаване на факултетите по журналистика и масови комуникации към въвеждане на специализирани курсове, посветени на съдебните институции, администрация и процедури.

3. ДЕЙНОСТИ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА РАЗБИРАНЕТО НА ОБЩЕСТВОТО ЗА СПЕЦИФИКАТА НА РАБОТА В ОРГАНИТЕ НА СЪДЕБНАТА ВЛАСТ

Предложените дейности акцентират на общите за съдебната система разбирания за висок професионализъм и качество на работата ѝ като отчитат, че мозаечния характер на формирания от медиите образ често преекспонира или изкривява случилото се.

3.1. Идентифициране на нови канали за комуникация с целевите групи и местните общности;

3.2. Пълноценно използване и унифициране на интернет сайтовете на органите на съдебна власт като възможност за изпращане на директни послания и предоставяне на информация на обществото;

3.3. Пълноценно използване на Информационните центрове за предоставяне на информация на гражданите за съдебните услуги;

3.4. Провеждане на съвместни с медиите анкети сред гражданите за установяване на тяхното отношение и препоръки към

административното обслужване. Анализ на събраната информация и набелязване на коригиращи мерки;

3.5. Разработване и приложение на вътрешни правила за работа в съдебните служби и за предоставяне на информация от тях;

3.6. Разработване на правила за работа с хора с увреждания във всеки орган на съдебната власт и подготовка на съдебни служители за работа с тях;

3.7. Разработване на механизми за преодоляване на констатирани проблеми в работата на органите на съдебната власт;

3.8. Въвеждане на системи за измерване на ефективността на цялостната дейност в органите на съдебната власт, включително на административното обслужване на гражданите. Усъвършенстване на системите в съответствие с констатирани пропуски, сигнали и препоръки от медии, граждани, адвокати и институции.

4. ПОСТИГАНЕ НА ВИСОКО НИВО НА ПРОЗРАЧНОСТ В РАБОТАТА НА ОРГАНИТЕ НА СЪДЕБНАТА ВЛАСТ

Разбирането, че високото ниво на прозрачност в работата на съдебната система подобрява информираността на гражданите, е предпоставка за повишаване на общественото доверие в нея. Прозрачността изисква предоставяне на бърза, точна и разбираема информация от органите на съдебна власт. Тя е основа за изграждане на двустранна комуникация между органите на съдебна власт и обществото, и за установяване на отношения на взаимно разбиране и обмен на идеите, съответно за промяна на нагласите на двете страни.

Дейности за постигане на високо ниво на прозрачност в работата на органите на съдебна власт:

4.1. Провеждане на годишни проучвания на общественото мнение, в това число и на медиите, за удовлетвореността от работата на съдебната власт. Обсъждане на резултатите и набелязване на коригиращи мерки;

4.2. Включване в годишния доклад на органите на съдебна власт на анализ за резултата от предприетите мерки за повишаване на прозрачността;

4.3. Въвеждане на модели за активен диалог между органите на съдебната власт, медиите и различни целеви групи, в това число хора в неравностойно положение – образователни програми, програми за работа с деца, посещаващи Детска педагогическа стая, програми за превенция на негативни социални явления, програми за работа с организации на хора в неравностойно положение, информационни кампании и други. Създаване на медийни партньорства при реализацията им;

4.4. Постоянен достъп и възможност за периодичен мониторинг на медиите и гражданите до работни процеси в органите на съдебната власт, а не само в „Дните на отворени врати”;

4.5. Постигане на достъпност и яснота на езика на комуникация с гражданите и медиите, както и на съдебните актове. Разбиране, че за органите на съдебна власт езикът „е не само силен инструмент, с който разполагат за изпълнение на образователната си роля, но най-вече и по-директно той представлява „законът на практика” за конкретните страни по делото” (Становище №7 (2005) Консултативния съвет на европейските съдии относно „Правосъдие и общество” §56);

4.6. Ежегодно провеждане на информационни кампании в органите на съдебна власт в партньорство с медиите с цел изграждане на правна култура у гражданите;

4.7. Изграждане на информационни центрове, където не функционират такива, и превръщането им в място, където гражданите получават добро административно обслужване и информация за всички работни процеси.

5. ПОДПОМАГАНЕ НА МАГИСТРАТИТЕ И ЕКСПЕРТИТЕ „ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА” В ОРГАНИТЕ НА СЪДЕБНА ВЛАСТ ПРИ РАБОТА С МЕДИИТЕ

Предпоставка за подобряване на взаимоотношенията на органите на съдебна власт с медиите, за постигане на диалог и разбиране на специфичните им роли, е наличието на информираност сред обществеността за естеството, обхвата, ограниченията и сложността на работата на органите на съдебна власт. Необходимо е да бъде демонстрирана готовност за корекции на евентуални фактически грешки в представянето на някои дела. Правосъдната система трябва да приеме позицията на медиите като външни наблюдатели, които биха могли да посочат недостатъците и да допринесат за подобряване на работните процеси и предоставяните услуги от органите на съдебна власт.

Възприемането на медиите като партньор предполага създаване на по-голяма мотивация у административните ръководители и експертите „Връзки с обществеността” за активен диалог с журналистите и медиите, както и за ползване на нови начини за предоставяне на информация – фото и видеодистрибуция, присъствие в новите и социални медии и други.

Дейности за подпомагане на магистратите и експертите „Връзки с обществеността” при осъществяване на комуникация с медиите

5.1. Разработване на помагало в помощ на административните ръководители, магистратите и експертите „Връзки с обществеността”, което да съдържа добри практики и коментари за практически аспекти на комуникацията на органите на съдебната власт с различните общности и особено с медиите – по отношение на съдебния език, по отношение на достъпа до информация, за провеждани информационни кампании и други;

5.2. Провеждане на обучения за административните ръководители, магистратите, експертите „Връзки с обществеността”, насочени към развиване на необходимите компетенции за професионално представяне на работата на съдебната система и подобряването на информираността на гражданите.

5.3. Насърчаване и подкрепа от страна на ВСС на инициативи на органи на съдебната власт, насочени към работа с медиите;

5.4. Периодично актуализиране и унифициране на правилата за работата на органите на съдебната власт с обществеността и медиите.