

СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

НАБЛЮДЕНИЕ–ОБОБЩЕНИ РЕЗУЛТАТИ

Избори за
Европейски
Парламент

2014



Търговски доставчици
на аудиовизуални
услуги

Търговски доставчици
на
радиоуслуги

14. 04. – 25. 05. 2014



Новият Изборен кодекс и новите текстове в Закона за радиото и телевизията (чл. 32, ал. 1, т.22) поставиха началото на едно тясно и обвързано по компетентност сътрудничество между Централната изборителна комисия и Съветът за електронни медии. Двата органа подписаха Споразумение на 24 април 2014 г., с което определиха както обема и параметрите на мониторинга върху електронните медии, така и принципите и нормите, регламентиращи медийното поведение спрямо изборното законодателство.

Въпреки че ЗРТ не задължава търговските доставчици на медийни услуги да осигурят плурализъм на мненията и гледните точки, за разлика от обществените доставчици - БНТ и БНР, медийното им поведение следва да спазва основни журналистически стандарти и да отговаря на изискванията за **равнопоставеност, обективност и баланс при представянето на политическите субекти**, за да защитят **правото на аудиторията си да направи своя информиран избор** (чл. 10, ал. 1, т. 2).

Нов положителен момент в законодателството, с отношение към правото на избирателя да формира мнение, и правото на кандидатите за членове на Европейския парламент да представят политическите си платформи и концепции, **е разграничаването на платените от безплатните форми на предизборна агитация в медийните услуги.**

Препоръка СМ/Rec (2007)2 относно **медийния плурализъм** и разнообразието на медийното съдържание потвърждава, че плурализмът и разнообразието са жизнено важни за функционирането на демократичното общество, за разширяването на публичните дебати, за политическия плурализъм и осъзнаването на различните мнения от социалните групи. От тези принципи се води и Съветът за електронни медии (СЕМ) при извършване на наблюдението върху предизборната кампания.

На базата на предварително утвърдена методика по наблюдението са отчетени количествени и качествени показатели, както и спазването на разпоредби от Изборния кодекс. Цел на мониторинга е **установяване на съответствието на предизборното поведение на търговските доставчици на медийни услуги с медийното и изборното законодателство при провеждането на кампанията.**

За целия **30-дневен период** на наблюдение са включени **30 програми на търговски доставчици на медийни услуги** (16 телевизионни програми и 14 радиопрограми), съобразно общественото им влияние и скалите за определяне на рейтинг, които показват интереса на аудиторията. Наблюдението обхваща и една програма на обществен доставчик на аудиовизуални услуги - Политическа партия Атака, която създава телевизионна програма Алфа ТВ. Докладът обобщава пълните резултати от наблюдението в периода 25.04.2014 г. – 25.05.2014 г. Следва да се отбележи, че наблюдението практически започна от 14.04.2014 г. - край на срока за обявяване на Тарифите на търговските доставчици на сайтове, които поддържат. Основният часови диапазон на мониторинг е 18 – 24 ч. за телевизия и 06 – 12 ч. за радио, но изборът на времеви отрязъци за наблюдение е в съответствие със спецификите на програмните схеми на различните доставчици, което в повечето от случаите наложи по-голям обем наблюдение в сравнение с този, зададен в Споразумението между СЕМ и ЦИК с цел прецизност и обективност при отчитане на резултатите.

Телевизионни програми:

- | | | | |
|----|-----------------|-----|-----------------------------|
| 1. | Б ТВ | 10. | ТВ Видин |
| 2. | Нова телевизия | 11. | БТВ екшън |
| 3. | TV 7 | 12. | Скат + |
| 4. | NEWS 7 | 13. | Телевизия Око |
| 5. | Bulgaria On Air | 14. | Евроком |
| 6. | СКАТ | 15. | Евроком Царевец |
| 7. | Канал 3 | 16. | Пловдивска телевизия Тракия |
| 8. | ТВ Европа | 17. | Алфа ТВ - обществена медия |
| 9. | ТВ+ | | |

Радиопрограми:

- | | |
|--|---------------------------|
| 1. Дарик Радио България, регионални прозорци за Бургас и Пловдив | 7. Радио Фокус Кюстендил |
| 2. Радио Фокус София | 8. Радио K2 |
| 3. Радио Фокус Благоевград | 9. Радио Фокус Пловдив |
| 4. Радио Фокус Видин | 10. Радио Фокус Ст.Загора |
| 5. Радио Фокус Бургас | 11. БГ Радио |
| 6. Радио Фокус В. Търново | 12. Радио Веселина |
| | 13. Радио 1 |
| | 14. Радио Ен Джой |

С цел по-всеобхватна медийна картина след 08.05.2014 г. са включени и допълнителни радиопрограми за наблюдение като БТВ Радио, Класик ФМ, Радио Мелоди, Зи Рок.

ИЗВОДИ:

1. **Изборният кодекс** въведе за първи път изискване за идентифициране на платените и безплатните форми на политическа изява. **Регламентът се съдържа в общите правила за провеждане на предизборна агитация** и по-конкретно в чл. 179 от Изборния кодекс (при излъчване, публикуване и разпространение на платени форми на отразяване на предизборната кампания доставчиците на медийни услуги ги отделят чрез визуални, звукови или пространствени средства и указват по подходящ начин, че материалът е платен).

Наблюдението показва, че при **телевизионните програми** има **тенденция да се разграничава по-ясно платеното агитационно съдържание от безплатното**. В по-голямата си част предизборните материали се отделят от останалите програмни елементи с аудио-визуални сигнали "Европейски парламент 2014!", "Избори за Европейски парламент 2014" или други разновидности и има изрично обозначение за платено съобщение. Ясно изразеното деление между платени и безплатни форми чрез визуален знак е характерно за програмите - Нова телевизия, БТВ, TV 7, Bulgaria on air.

При други телевизионни програми, например Канал 3, липсва категорично изразено отделяне на платените форми от безплатните. Медията помества всички предизборни материали след аудио-визуален сигнал за евроизбори, като някои репортажи (малка част от тях) са с надпис, че са с платено съдържание, други не. Разграничаването на формите е затруднено и поради късно публикуване на договорите за медийно отразяване на проявите на политическите субекти (информацията е публикува на 19.05.2014 г. т.е. извън определения в ИК 3-дневен срок от сключването на договора).

При ТВ Европа материалите с предизборна агитация са поместени между заставките за Евроизбори 2014, но няма аудио-визуално съобщение, идентифициращо платеното съдържание. Подобно на Канал 3 съществуват пропуски по отношение на договорите (на сайта е поместена само първа страница на договор с политическа партия ГЕРБ на 13.05.2014, а договорът е подписан на 24.04.2014 г.).

В други програми въобще липсва надпис за платено съдържание, а са налични само разделителни звукови сигнали, че купуването и продаването на гласове е престъпление съгласно чл. 183, ал.2 от ИК, което условие е различно от изискването на чл.179 от Изборния кодекс (Евроком, Пловдивска телевизия Тракия, ТВ Око и др.).

Независимо от разнопосочната практика при телевизионните програми за уведомяване за платено съдържание, вероятно продиктувана от **въвеждането на регламента за първи път в изборното законодателство**, наблюдението приема за платена агитационна форма тази, която

е изрично обозначена като такава, т.е. съществува надпис "платено". Съответно необозначената с такъв надпис се приема за безплатна форма на предизборна проява.

При **радиопрограмите** на търговските доставчици слушателят е затруднен да прецени кое предизборно съдържание е платено и кое безплатно. Аудио сигналите в радиопрограмите обикновено съдържат съобщението – „Европейски парламентарни избори 2014“, „Избори за Европейски парламент 2014“ и пр., както и посланието – „Купуването и продаването на гласове е престъпление“ (чл.183, ал.2 ИК). Подобно обозначение може да се счита като **косвено разграничаване на платените от безплатните форми на предизборна агитация**, но не и като указване по подходящ начин, че материалът е платен, още повече че, независимо дали има или няма публикувани договори с партии, коалиции или независими кандидати, **слушателят не може да се ориентира платена или безплатна е предизборната агитация**. Поради категоричната липса на звуков сигнал за платено съдържание при тях, наблюдението приема тези материали, поместени между кашовете Евроизбори и „Купуването и продаване на гласове е престъпление“ за платени.

2. Част от доставчиците на медийни услуги са спазили изискването на чл. 180 от ИК на интернет страниците си да поместват информация за договорите, сключени 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 (Нова телевизия, БТВ, TV 7, Bulgaria on air, Евроком Царевец, bTV Action, ТВ Плюс). Наблюдението констатира, че има и доставчици, които не оповестяват информацията от договори (Евроком, Пловдивска телевизия Тракия), други ги поместват извън определения срок и в непълен обем, а това затруднява преценката за агитационните форми, поместени в програмата - платени или безплатни са (ТВ Европа, Канал 3).

Има случаи, в които излъчените агитационни материали надвишават параметрите, съгласно оповестената информация в договорите (TV 7, News 7).

Има пример за поместени договори на сайта, които е невъзможно да бъдат прочетени (Радио Фокус). В сайта на ТВ Алфа няма поместена Тарифа, както и информация за сключени договори.

3. **Положителна тенденция при телевизиите** БТВ, ТВ7, News 7, Нова телевизия, Bulgaria on air е, че ефирното време, предоставено за **безплатно участие** на кандидатите за евродепутати и представители на политически формации, **има превес над платеното участие** (критерият за тази оценка е изчисленото ефирно време в минути). Изчислени по брой, платените агитационни материали са повече от безплатните. Това е тенденцията при БНТ. При БНР безплатната форма доминира като времетраене само при диспутите, а общата тенденция от гледна точка на времетраене е наличие на превес на платените.

При **радиопрограмите** К2, Дарик Радио България, Радио Фокус се констатира слабо изразено присъствие на безплатни форми - и като жанр, и като времетраене, и като бройка. Този извод е направен въз основа на факта, че материалите за изборите са поместени между звукови сигнали за Евроизбори 2014 г. и, че купуването и продаването на гласове е престъпление. При програма Радио Фокус всички информации и материали за изборите са поместени между такива аудио съобщения. От друга страна, нечетивните договори не позволяват да бъде направен извод дали информацията и новините са безплатни или платени. При Радио К2 в емисиите новините (7 - 8 часа) е излъчена информация на предизборна тематика и тя е извън разделителни звукови сигнали. Всички други агитационни материали се приемат за платени, тъй като договорите, които са оповестени на сайта на К2 дават информация за това.

При Дарик Радио България предизборните вестите не са отделени в информационната емисия чрез ясни звукови сигнали, които да указват по подходящ начин, че материалът е във връзка с изборите. След новините от страната и света следва разделителен сигнал на радиото и веднага след това са вестите за предстоящите срещи на кандидат-депутатите в страната.

Хрониките, са поместени между отделните модули във вечерния пояс в програмата без да са обозначени със звуков сигнал Евроизбори 2014 г. и купуването и продаване на гласове е престъпление. Водещият на актуално - публицистичното предаване „Седмичата“ анонсира в първото му издание, че представянето на кандидатите е бесплатно. Единствено клиповете като предизборна агитация са ясно обозначени с звуков сигнал за избори 2014 г. и съобщението, че купуването и продаването на гласове е престъпление.

В приложение към настоящия доклад са представени данните за основните медии за обемите безплатни и платени форми по партии, коалиции и кандидати, като ясно е посочено съотношението по брой и престой ефирно време на екрана на кандидатите и партиите както за платените, така и за безплатните форми.

Следва да се има предвид, че **когато се изследват безплатните форми, най-важният параметър е ефирният престой на представители на партиите на екрана, според препоръките за мониторинг на ОССЕ.**

Безплатните участия на политическите субекти при търговските телевизии са **разнообразни в жанрово отношение**, за разлика от платените. Освен това, при безплатните форми се забелязва присъствие на повече участници от политическия спектър и се дава възможност за **по-свободно изразяване на политически идеи и платформи** от страна на кандидати, политически лица и експерти **под формата на диспути, интервюта, репортажи.**

Трите големи национални телевизии - БТВ, Нова Телевизия и TV 7 (News 7 също) предоставят програмите си за бесплатно участие на всички кандидати, партии и коалиции. TV 7 информира аудиторията си, че са изпратени покани до всички партии, коалиции и инициативни комитети. ПП ГЕРБ отказва участие в ТВ Седем, но в новинарските емисии са отразени нейни прояви. Медията осигурява и друга възможност - да се изкажат мнения в програмата в подкрепа на тази партия, включително и чрез телефонна връзка с граждани.

Същият анонс за бесплатно участие на политически формации се появява и в Дарик Радио България. Специфичното е, че безплатното участие е предоставено като бонус за политическите формации и независими кандидати, които са сключили договор за платена предизборна агитация.

Като безплатна форма на политическа изява в БТВ доминира интервюто. Медията излъчва и два диспута, но реален сблъсък на политически идеи и платформи не се осъществява. Тенденция е валидна и за Нова телевизия - липсват диспути, а безплатните форми (интервюта) са поместени в предаването на Люба Кулезич „На светло“, на Сашо Диков „Dikoff“ и на Кеворк Кеворкян „Всяка неделя“. И при трите предавания има предупредителен надпис: **„ПРЕДАВАНЕТО, КОЕТО СЛЕДВА Е ВЪНШНА ПРОДУКЦИЯ. ИЗЛОЖЕНИЕТО В НЕГО МНЕНИЯ И ПОЗИЦИИ СА АВТОРСКИ ВИЖДЕНИЯ НА ВОДЕЩИЯ И НЕГОВИЯ ПРОДУЦЕНТ И НЕ ИЗРАЗЯВАТ ПОЗИЦИЯТА НА НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ“.** Доставчикът на медийни услуги обаче носи редакционна отговорност за избора на съдържанието на медийната услуга и упражнява ефективен контрол върху избора на предавания. (чл. 4, ал. 1 от ЗРТ).

Като цяло може да бъде направен извод, че **външните продукции предоставят възможност за политическа изява**, предоставят трибуна на политически представители и кандидати за евродепутати, като по този начин **отразяват различни гледни точки.**

4. За целия наблюдаван период, **медията запазва** като цяло **неутрално отношение** към кандидатите и партиите при тяхното представяне (изключение правят АЛФА ТВ и СКАТ). Журналистите спазват **професионалните стандарти и етика** в условията на предизборната кампания, защитават правото на аудиторията да направи своя **информиран избор** чрез предлагане на безплатни форми на участие, отговарят на изискванията за **равнопоставеност, обективност и баланс** при представянето на политическите субекти.

5. При програмите – АЛФА ТВ и СКАТ е констатирана липса на балансирано участие и спазване на изискванията за равнопоставеност, а **представянето на политически идеи и платформи е изключително едностранчиво и в полза само на една партия**, съответно при СКАТ за ПП НФСБ и при АЛФА ТВ за ПП Атака. Характерно и за двете телевизии е, че част от

кандидати за евродепутати от ПП Атака и ПП НФСБ са водещи на актуално - публицистични предавания (Велизар Енчев (СКАТ), Силвия Трендафилова (СКАТ), Любомир Желев (СКАТ), Магдалена Ташева (АЛФА), Волен Сидеров (АЛФА), Гроздан Иванов (АЛФА)). Наблюдението на двете телевизионни програми – СКАТ и АЛФА ТВ - поставя отново с пълна сила въпросът за своеобразното сливане и припокриване на политическото с журналистическото и обратно, този път в контекста на Изборите за членове на ЕП от Република България.

В програма Алфа ТВ няма излъчени материали за предизборна агитация на други политически партии, коалиции или независими кандидати. Изцяло доминира участието на **представители на ПП АТАКА** в актуално - публицистичните предавания и по-малко в информационните емисии новини. Изразено е отрицателно отношение към други политически субекти - ПП ГЕРБ; БСП (вкл. и правителството); БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО-БНД, ЗНС, ДВИЖЕНИЕ ГЕРГЬОВДЕН; ПП ДПС; НФСБ. Негативното говорене спрямо ромската общност и бежанците, което е традиционно за медията, е извън контекста на предизборната тематика. Въпреки това са констатирани случаи на враждебна реч, за които ще стартира съответната административна процедура.

На сайта на медията няма поместена Тарифа за Евроизбори 2014 г., няма и информация за сключени договори за предизборни материали. Затова наблюдението не може да установи кои форми на агитация в програма АЛФА са платени и кои не. Важно е да се отбележи, че Алфа ТВ е обществена медия и доставчик на медийните услуги е ПП Атака.

Санкция на ЦИК: *На 13 май Централната изборителна комисия спря предизборен клип на ПП Атака, който изобразява света като разделен на две ценностни системи – евроатлантическите, които са в синьо, и православните, които са изобразени с червено. В клипа се съдържа противопоставяне между евроатлантически и православни християнски ценности, като на страната на европейските ценности се поставят педофилията, кръвосмешението, интервенцията, а на страната на православните християнски ценности стоят традицията, семейството, вярата. ЦИК установи нарушение на забраната за използване на агитационни материали, които накърняват добрите нрави в Изборите за членове на Европейски парламент и постанови спиране на излъчването на същия агитационен клип на ПП Атака в електронните медии и интернет.*

Вторият клип, за който ЦИК постанови решение, е относно участие на дете в политическа агитация в клипа на ПП Атака, показващ хората, на които партията е осигурила безплатно лечение. Клипът завършва с дете, което отправя политическо послание в клипа (към В. Сидеров) „Да спечели и да води България!“ Клипът е излъчен по Нова телевизия, БТВ, АЛФА ТВ. Централната изборителна комисия установи нарушение – в предизборния клип дете произнася политически призив, и постанови забрана за използване на агитационния материал. В последствие предизборният клип бе редактиран и участието на детето - премахнато.

Казусът при ТВ СКАТ е по-различен – доставчикът на медийни услуги “Скат” ООД е търговско дружество. На сайта има поместен договор, макар и един - между НФСБ и доставчикът, създаващ програми СКАТ И СКАТ +. Формално този договор дава основание да се приеме, че в програми СКАТ и СКАТ + има разделение на платени и безплатни форми (сумата по него е 66 667 без ДДС). Според договора, отразяването на кампанията може да включва излъчване на клипове, пресконференции, разширени репортажи от предизборни срещи на кандидатите, митинги и др., като конкретните жанрове се договарят допълнително между страните. Агитационни материали са включени в програма СКАТ и СКАТ + между аудио-визуални сигнали за Евроизбори 2014 и „Купуването и продаването на гласове е престъпление“, но няма изрично съобщение за платено съдържание.

Доставчикът на медийни услуги СКАТ ООД отразява в програмата си СКАТ само проявите на собствената си партия НФСБ. Зрителите на тази медия „не разбират“, че в

предизборната надпревара участват и други политически субекти. През втората половина на наблюдавания период, за разлика от първата половина, в която преобладава информационното отразяване на предизборната кампания, се засилват публицистичните жанрове в предаванията "Дискусионно студио" и "Паралакс". Всички агитационни материали, включени в програма СКАТ, са отделени от останалото програмно съдържание със специализирани кашове "Избори за Европейски парламент 2014" и „Купуването и продаване на гласове е престъпление“.

Отсъствието на опоненти от други политически партии прави невъзможна дискусиата по европейските въпроси. В новинарските емисии на СКАТ се излъчват хроники, които проследяват срещите на представители на НФСБ с граждани. По време на предизборната кампания СКАТ запазва критичния си тон към ПП АТАКА и нейния лидер Волен Сидеров, към ГЕРБ – основно към Бойко Борисов, и към ДПС. Доколкото в програмата е установено наличие на нетолерантна реч, тя е изказана от някои зрители по адрес на бежанците. Ромската проблематика е разгледана през призмата на купуването на гласове.

6. Всеки платен агитационен материал съдържа информация, че купуването и продаването на гласове е престъпление, като в аудио- и аудио-визуалните материали тази информация се съдържа като недвусмислено и разбираемо послание, както изисква разпоредбата на Изборния кодекс (чл.183, ал.2 ИК).

Не е констатирано разпространение на предизборна агитация на друг език, освен на български. По програма СКАТ са излъчени два репортажа в новини за агитация на турски език (на срещи в предизборния период по места е използван турски език).

Няма излъчени анонимни материали. Не са налични и случаи на дискриминация на основата на пол в условията на предизборна кампания. Не са констатирани излъчени агитационни материали, които застрашават живота и здравето на гражданите, частната, общинската и държавната собственост и безопасността на движението, както и на материали, които накърняват добрите нрави, честта и доброто име на кандидатите.

7. **Има един случай в търговска реклама да се отправят политически внушения** в полза или във вреда на една или друга партия, коалиция или инициативен комитет или кандидат. В програма News 7 на 09.05.2014 г. - във времето на излъчване на търговска реклама е излъчен агитационен клип на коалиция „България без цензура, ВМРО - БНД, ЗНС, Движение Гергьовден" след каш за търговски съобщения. ЦИК постанови решение, по сигнал от страна на СЕМ, че приема за установено нарушение на условията за отразяване на предизборната кампания от доставчика на медийни услуги.

8. Хронологично медийният мониторинг стартира 40 дни преди датата на изборите, съгласно разпоредбата на чл. 198, ал.4 от Изборния кодекс. Според този член условията и редът за предоставяне на време за отразяване на предизборната кампания, както и тарифите се обявяват на интернет страницата на съответната медия. В хронограмата на ЦИК крайната дата за изпълнение на това задължение от доставчиците е 14 април 2014 г. Осъществяването на мониторинг по спазването на текста показва данни, оформени в таблица по-долу. Указаният срок (14 април) е спазен от Нова телевизия, БТВ, БТВ Екшън, СКАТ, Дарик Радио България, ТВВ Видин. Има програми като ТВ Европа, Алфа ТВ, които не са обявили тарифи до настоящия момент. Останалите програми са обявили информацията в различно време.

ГРАФИК ЗА НАДЗОР от 14.04 .2014 г. по чл.198, ал.4

Условията и редът за предоставяне на време за отразяване на предизборната кампания, както и тарифите се обявяват на интернет страницата на съответната медия по ал. 1 не по-късно от 40 дни преди изборния ден - 14.04.2014 г. Заплащането се извършва предварително

София		
№	програма	дата
1	БНТ 1	
2	БНТ HD	
3	БНТ 2	
4	БНТ Уърлд	По споразумения
5	Нова Телевизия	14.04.2014 г
6	Б ТВ	14.04.2014 г.
7	ТВ 7	22.04.2014 г
8	news 7	22.04.2014 г
9	БГ Радио	15.04.2014 г.
10	Njoy	15.04.2014 г.
11	БНР - Бургас	По споразумение
12	Канал 3	15.04.2014г.
13	Радио 1	15.04.2014 г.
14	Евроком	22.04.2014 г.
15	Тв Европа	няма обявена тарифа
16	Bulgaria on Air	15.04.2014г.
17	Тв+	15.04.2014 г.
18	Скат	14.04.2014 г.
19	Алфа тв	няма обявена тарифа
20	bTV Action	14.04.2014 г.
21	Радио Веселина	16.04.2014 г.
22	Хоризонт	По споразумение
23	Хр Ботев	По споразумение
24	БНР- София	По споразумение
25	БНР- Пловдив	По споразумение
26	БНР- Ст Загора	По споразумение
27	Фокус - София	23.04.2014
28	Дарик - София	14.04.2014 г.
29	Радио К2	16.04.2014 г.

Благоевград		
№	програма	дата
1	Телевизия Око	17.04.2014
2	БНР- Благоевград	По споразумение
3	Фокус - Благоевград	23.04.2014
Бургас		
1	СКАТ +	15.04.2014
2	Фокус - Бургас	23.04.2014
3	Дарик - Бургас	23.04.2014
Видин		
1	ТВВ	11.04.2014
2	БНР - Видин	По споразумение
3	Фокус - Видин	23.04.2014
В Търново		
1	Евроком Царевец	22.04.2014 г.
2	БНР - Варна	По споразумение
3	БНР - Шумен	По споразумение
4	Фокус - В Търново	23.04.2014
Пловдив		
1	Пловдивска ТВ Тракия	26.04.2014
2	Фокус - Пловдив	23.04.2014
-	Дарик - Пловдив	11.04.2014

9. Наблюдението не констатира случаи на неспазване на разпоредбата на чл. 18 ЗРТ относно предоставяне право на отговор.

10. Съгласно изборните правила всяко огласяване на резултати от допитвания до общественото мнение или на социологически проучвания по повод на изборите, извършено чрез медийна услуга или по друг начин, трябва да съдържа и информация за **възложителя** на допитването или проучването, **за организацията**, извършила допитването или проучването, и **за източниците на финансирането** му. Освен наличието на тези задължителни реквизити, тази информация трябва да бъде представена пълно и ясно, като в аудио- и аудио-визуални материали се излъчва веднъж в началото и веднъж в края на материала. Относно спазване на тази разпоредба, наблюдението констатира, че все още аудиторията не получава пълната информация за възложителя на допитването или проучването и за източниците на финансирането му, но съдържа информация за организацията, извършила допитването. Такава е тенденцията при Дарик Радио България, БТВ, Нова телевизия, ТВ Европа. В Радио К2 и програмите на радио Фокус не съдържат в чист вид социологически проучвания, тенденция характерна и за БНР. В програма TV 7, в рамките на предаването „Оригиналът“, представените социологически проучвания съдържат всички реквизити, но в другата част от програмата преобладават данни за оповестен възложител, но не и за финансиране. При БНТ, в по-голяма

част, социологическите изисквания съдържат и трите реквизита, които се изискват от ИК. Относно съдържанието на данните в проучванията и тяхната вярност - същото е извън компетенциите на СЕМ за преценка и мнение по закон.

11. В първия ден на предизборната кампания председателят на Държавната агенция за закрила на детето разпространи специално обръщение към партиите, медиите и обществеността, в което се призовава да се гарантира **спазването на правата на децата** и да не се допуска въвличането им в прояви, които могат да накърнят достойнството или психиката им, и припомни, че в международното и българското законодателство са предвидени редица мерки. Въпреки това има установени случаи на участие на деца в предизборни материали. Първият, цитиран по-горе, е в предизборен клип на ПП „Атака“, показващ хората, на които партията е осигурила безплатно лечение. Участие на деца има и в други платени форми – репортажи, които отразяват предизборни прояви на КП “България без цензура” - по програмите bTV и TV 7 - деца, които развяват флагчета на партията и дете, което изтичва на трибуната към Николай Бареков, който го вдига на ръце (репортажите в предизборната хроника от 10 и 11 май 2014 г.). В клип на Евгения Банева също присъстват деца, те не отправят призови за гласуване, но са основни “герои” в него. Данните са изпратени на компетентния орган - Държавната агенция за закрила на детето.

12. Като цяло **предизборната кампанията в електронните медии не е толкова активна**. Внесеният вот на недоверие на 16 май от ПП ГЕРБ в някои случаи се трансформира в тема на предизборната агитация за евродепутати.

Кампанията за Европейския парламент е фокусирана не толкова върху послания и теми с европейски контекст, колкото върху вътрешнополитически спорове и тези. Епизодичните участия на независими кандидати за ЕП в първите две седмици, се засилва след 08.05.2014 г. в кампанията. Проблемът с купуването на гласове е тема на журналистическите разследвания.

13. Забрани за деня на размисъл и изборния ден: Съгласно чл. 204, ал.3 от ИК резултатите от социологическите проучвания се оповестяват след 19,00 ч. на изборния ден. Според чл. 205, ал.5, резултати от допитвания до общественото мнение по повод на изборите не може да се огласяват под каквато и да е форма 24 часа преди изборния ден до обявяване края на изборния ден на територията на страната. Наблюдението на СЕМ върху поведението на електронните медии обхвана и спазването на тези разпоредби. На ЦИК по компетентност са изпратени записи на програмното съдържание на програмите **“Радио Фокус”** на доставчика на медийни услуги “Фокус Нунти” ООД, излъчени на **25.05.2014** г. в интервалите 12:20 – 12:30, 13:20 – 13:30 и 15:16-15:23 часа на територията на: гр. Пловдив – 89.9 MHz, гр. Бургас – 106.5 MHz, гр. Велико Търново – 102.4 MHz, Благоевград - 97.60 MHz и гр. София – 103.6 MHz. Записите съдържат резултати от **“Музикална класация Крим 2014”**, излъчени в програмите преди края на изборния ден – 25.05.2014 г., в които чрез заглавията на песните, включени в класацията, би могло да се направи асоциация с имената на регистрираните партии и коалиции в изборите за Европейски парламент на кандидати от Република България и тяхната подредба според резултатите от изборите. Със свое решение № 553 **ЦИК установи извършено нарушение** на чл. 205, ал. 5 от Изборния кодекс от Фокус Нунти ООД.

14. С цел по всеобхватна медийна картина след 08.05.2014 г. са включени и допълнителни радиопрограми за наблюдение като БТВ Радио, Класик ФМ, Радио Мелоди. Характерно за тези програми, с изключение на БТВ Радио е, че поместват само платени клипове в програмната си схема. БТВ Радио освен платени агитационни клипове, транслира и безплатните форми, поместени в сутрешния блок на синергираната телевизионна програма и предаването „Лице в лице“. Относно програма ТВ+, същата помества безплатни форми - новини и платени форми-интервюта само с представител на една партия, за която има поместен договор на сайта: на 16.05.2014 г. е публикуван договор с Християндемократическата партия. Кампанията не е особено активна и в програмата Радио Веселина, като същата съдържа изцяло платени форми-

клипове. Безплатните форми са поместените информации в новините. Спазено е условието за оповестена информация на сайта за сключен договор с партия БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНО-ПАТРИОТИЧНА ПАРТИЯ. БГ Радио също така е част от тази тенденция с наличие на платени форми – клипове, а като безплатни форми - информации в новините. В телевизионна програма Евроком са поместени безплатни и платени форми, като платените са ясно обозначени с визуален знак. Тези, които наблюдението приема за безплатни, се необозначени като платени. Въпреки това, категоричен извод относно безплатните форми и квалификацията им като такава е труден, предвид неоповестяването на информация за договори на сайта на доставчика, създаващ програма Евроком. Безплатни форми липсват в програма Евроком Царевец. В нея са поместени само платени форми и за тях са оповестени данни на сайта на медията. Безплатни форми не присъстват и в телевизионна програма bTV Action, като в нея се излъчват само платени агитационни материали - клипове на РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК и АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ. ТВ Око в Благоевград излъчва агитационните форми, поместени между заставките за Евроизбори, но няма изрично съобщение, че са платени. От обявените договори на сайта не може да се направи извод кои форми са платени и кои безплатни. Липса на данни за сключени договори се констатира и за Пловдивска телевизия Тракия, което прави трудно разграничените на формите на безплатни и платени, макар агитационните форми са поместени между кашове за Евроизбори 2014 г.

По време на надзора и през цялата предизборната кампания има ефективно, професионално и и обвързано по компетентност сътрудничество между ЦИК и СЕМ във връзка с наблюдението на дейността на доставчиците на медийни услуги в условията на предизборна кампания Евроизбори 2014 г.

БЕЗПЛАТНИ ФОРМИ НА УЧАСТИЕ

Индекс на тежест на присъствие на представители на политическите партии, коалиции и инициативни комитети и кандидати за членове на Европейския парламент в отразяването на изборите чрез безплатни форми (новини, интервюта, дискусии, предавания) в програмите на електронните медии с най-силно влияние по методика на изчисление

Новият изборен кодекс регламентира безплатното участие на политическите партии, коалиции и инициативни комитети в предизборната кампания за членове на Европейския парламент от Република България, което трябва да бъде разграничено от платеното. Безплатната форма на изява съчетава, в голяма степен, три права: **правото на кандидата за Европарламент да представи своята концепция или идейна платформа, правото на медията да предостави трибуна на свободна политическа изява и правото на избирателя да направи своя информиран избор.**

Индексът на тежестта на присъствие на кандидатите в програмите (медии) има за цел да уточни параметрите на взаимодействие между медията и политическия субект, на основата на което се създава своеобразна информационна платформа, с която аудиторията се съобразява или не се съобразява, в зависимост от нагласата си, информационна платформа, която дава възможност на зрителя или на слушателя да утвърди или да промени собствената си представа за публичния образ и репутация на политическия субект.

Методика на изчисление на индекс на влияние

Индексът на тежестта на присъствие на кандидатите в програмите (медии) се формира на базата на обща **скала на оценяване** от 1 до 5, като 1 е най-ниската оценка, а 5 най-високата, които количествено се попълват в таблица със съответните данни. Той е сбор от **константна и променлива информация**, като последната съдържа оценъчност в съответствие с различни критерии. До известна степен е заложена субективност в измерването при оценката

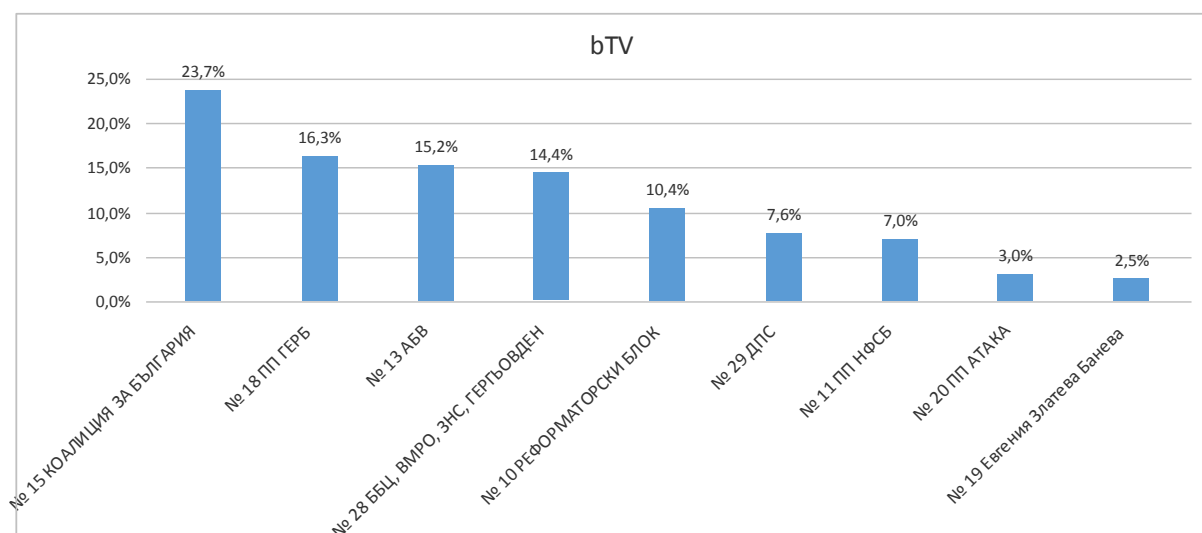
на представянето на съответния кандидат – дотолкова, доколкото това е оценка съобразно позиционирането в програмата, но тя не може да доведе до изкривяване на резултата, поради ниската скала на оценяване (от 1 до 5).

Медийната поява на кандидата е постоянна величина, която носи една единица. **Способът на разпространение** на медията също е част от крайния резултат – ефир – 3 т., кабел и сателит – 2 т., като тук критерият е съобразен с по-високата достъпност до медията и съответно общественото ѝ влияние. Логично, **часовете на поява** на представител на политическата партия, коалиция или инициативен комитети в радио и телевизионна програма е компонент, който участва в оформянето на крайния резултат. 3 точки носи появата в праймтайма, съответно при телевизионната програма той е от 18 до 22 часа, при радиoproграма от 7 до 11 часа. На 2 т. се оценява сутрешно участие в телевизия и вечерно в радио. 1 т. е в друго време. **Жанровата характеристика** също има различно точково изражение: новина – 4 т., интервю – 3 т., дискусия – 2 т. С най-висока амплитуда в оценяването е **представянето на кандидата**, като възможността е от 1 до 5 в зависимост от тежестта на представянето. Този критерий може да бъде повлиян както от оценката съобразно позиционирането в програмата, така и от жанровата характеристика, от часовете на поява или от способа на разпространение на медията. В таблицата още се съдържа информация за предаването и датата на излъчване. **Данните ще бъде представено като се трансформират индексите от точки в проценти.**

Представяне на данните по медии (телевизионен ефир)

На базата на така зададените параметри имаме **следните резултати:**

В програма **bTV** най-висок индекс на тежестта на присъствие на кандидатите в програмите (медии) има Коалиция за България (23,7%), следвани от ГЕРБ (16,3%), АБВ (15,2%), България без цензура, ВМРО, ЗНС, Гергьовден (14,4%). Почти два път и половина по-нисък индекс в сравнение с първия показват данните за Реформаторския блок (10,4%). Под 10 % събират – ДПС (7,6%), НФСБ (7%), ПП Атака (3%) и независимият кандидат Евгения Банева (2,5%).



Коалиция за България сформира индекс с процентно изражение 23,7 не само на базата на два постоянни показателя – медийната поява на политическия субект (1 т.) и способа на

разпространение на медията, в случая ефир (3 т.), но и включва още следните компоненти - поява в сутрешните часове на програмата (5 пъти), в друго време – (2 пъти), формата на участие е концентрирана в новини (3 пъти), в интервюта (3 пъти), в дискусия (1 път). Най-високата оценка по преценка на наблюдаващия съобразно позиционирането в програмата (5 т.) получава лидерът на партията и първи в кандидатската листа Сергей Станишев в предаването на “Тази събота”, излъчено на 3 май.

България без цензура, ВМРО, ЗНС, Гергьовден (14%) е с преобладаващо сутрешно участие в една дискусия и три интервюта. Лидерът на партията и водач на листата за Европарламент има два пъти по 4 т. като оценка - съответно в “Тази събота” на 10 май и “Лице в лице” на 15 май, останалите му участия са оценени съответно с 3 и 1 т.

Две участия с по 5 точки съобразно позиционирането в програмата има и за АБВ – Алтернатива за Българско Възраждане (15%) за лидера на движението Георги Първанов в “Тази неделя” (4 май) и за водача на кандидатската листа Ивайло Калфин в “Лице в лице” (22 май). В същите предавания, но на 11 и 23 май, лидерът на ГЕРБ Бойко Борисов също получава най-високата оценка (5 т.), която се дава при особена тежест на представянето (позициониране в програмата). Жанровете са интервю (2 пъти), дискусия (1 път) и новини (2 пъти). Реформаторският блок имат общо пет участия, като две от тях получават оценка 5 - за участието на Миглена Кунева в предаването “Лице в лице” на 12 и 22 май под формата на дискусия.

Всички останали партии, коалиции и инициативни комитети, регистрирани за изборите в ЦИК, не са идентифицирани като безплатно участие в медията.

Ето как изглежда графиката при съотношението представени/непредставени:



При **Нова телевизия**, за разлика от bTV, на първо място по индекс на тежест на присъствие излиза Реформаторския блок (21,1 %), а Коалиция за България е на 4-то място (12,4%). Между тях са ГЕРБ и АБВ съответно с 15% и 13,3%. По 10,3% и 9,3% събират националистическите формации ПП Атака и НФСБ. На седмо място е позиционирана България без цензура, ВМРО, ЗНС, Гергьовден (5,9%), осмо място е за Синьо единство (5,2%), ДПС е с

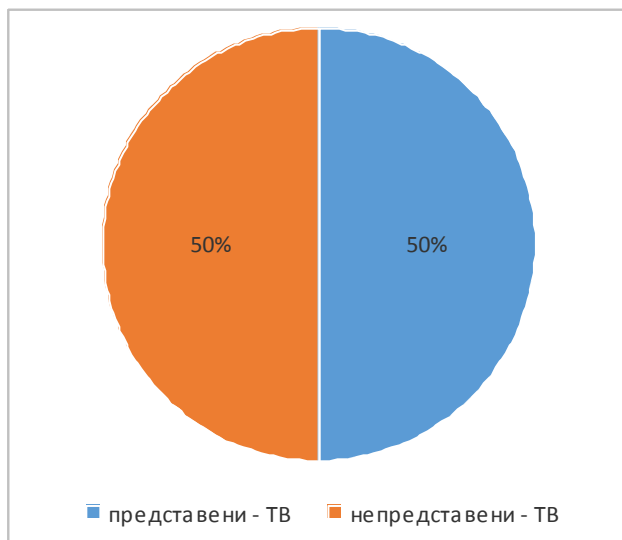
2,1%, независимият Виктор Папазов и Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП имат еднакъв индекс (1,6%), БКП (1,2%).



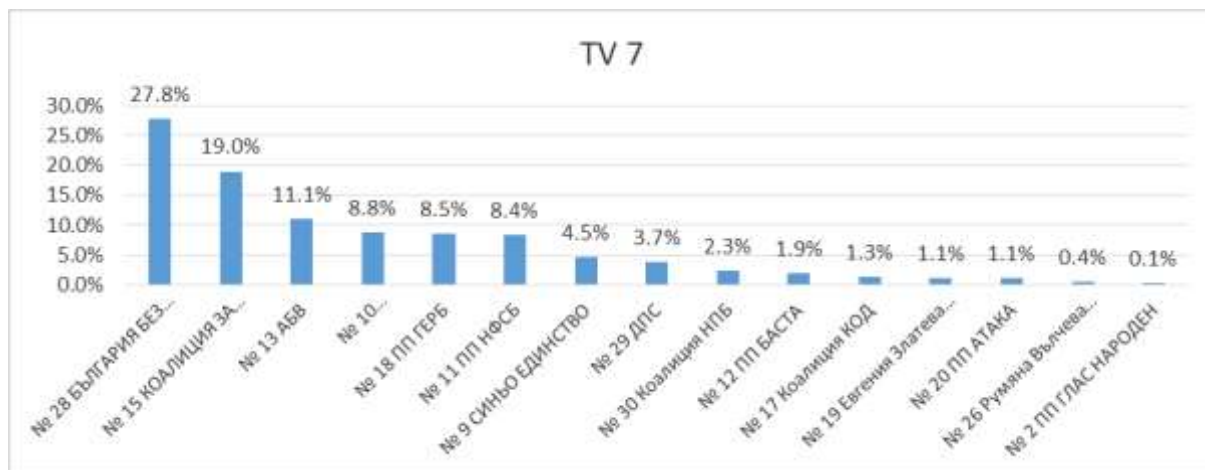
Четири най-високи оценки по преценка на наблюдаващия съобразно позиционирането в програмата (5 т.) получават лидерът на ГЕРБ Бойко Борисов за интервю във “Всяка неделя” на 18 май, лидерът и водач на листа Сергей Станишев за интервю в предаването “Актуално”, както и партиите ГЕРБ и Коалиция за България за новини. Останалите участия са оценени с една или две степени по-ниско (3-4 т.) като преобладаващата жанрова форма е дискусията. Участието на представителите на АБВ по тежест (оценка по преценка на инспектора съобразно позиционирането в програмата) е оценено равномерно с по 4 т., а часовете на поява са два пъти в праймтайма на телевизионната програма. ГЕРБ има три участия, с едно по-малко от АБВ. Прави впечатление, че в един и същи ден, медията предоставя безплатно време на лидерите на двете големи партии Бойко Борисов и Сергей Станишев, като първият взема участие във външната продукция “Всяка неделя”, а вторият в предаването “Актуално”. И двете появи са в праймтайма.

За Нова телевизия следва да се отбележи, че има три външни продукции – “На светло”, “Всяка неделя” и “Dikoff”, които с надпис предупреждават, че изложените мнения и позиции не изразяват позицията на медията. Независимо от предупредителния надпис, следва да си има предвид, че медията носи редакционна отговорност за цялото съдържание на програмата. Сравнително голямо представяне на лидери на партии и кандидати за евродепутати е регистрирано в предаването “Всяка неделя”. Това са Валери Симеонов (НФСБ), Ивайло Калфин (АБВ), Волен Сидеров (Атака), Магдалена Ташева (Атака), Миглена Кунева (Реформаторски блок), Илиана Йотова (Коалиция за България), Антония Първанова (КОД), Надежда Нейнски (Синьо единство), Васил Коларов (БКП), Николай Барекос (България без цензура), Бойко Борисов (ГЕРБ).

Съотношението представени/непредставени общо за медиата:



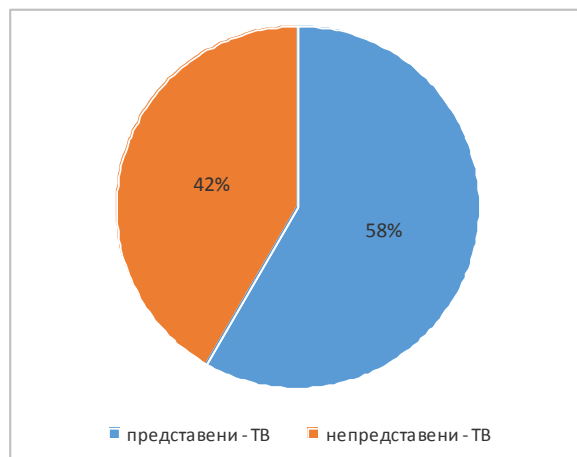
В **ТВ 7** предимство по отношение на индекса на тежестта на присъствие на кандидатите в програмите (медиите) има България без цензура, ВМРО, ЗНС, Гергьовден (27,8%). Втори са Коалиция за България (19%). Следват: АБВ (11,1%), Реформаторски блок (8,8%), ГЕРБ (8,5%), НФСБ (8,4%), Синьо единство (4,5%), ДПС (3,7%), Коалиция Националистически партии на България (НПБ) (2,3%), БАСТА (1,9%), КОД (1,3%), ПП Атака и независимата Евгения Банева (1,1%), Румяна Угърчинска (0,4%). Идентифицирана е и единствената медийна поява на Глас народен (0,1%).



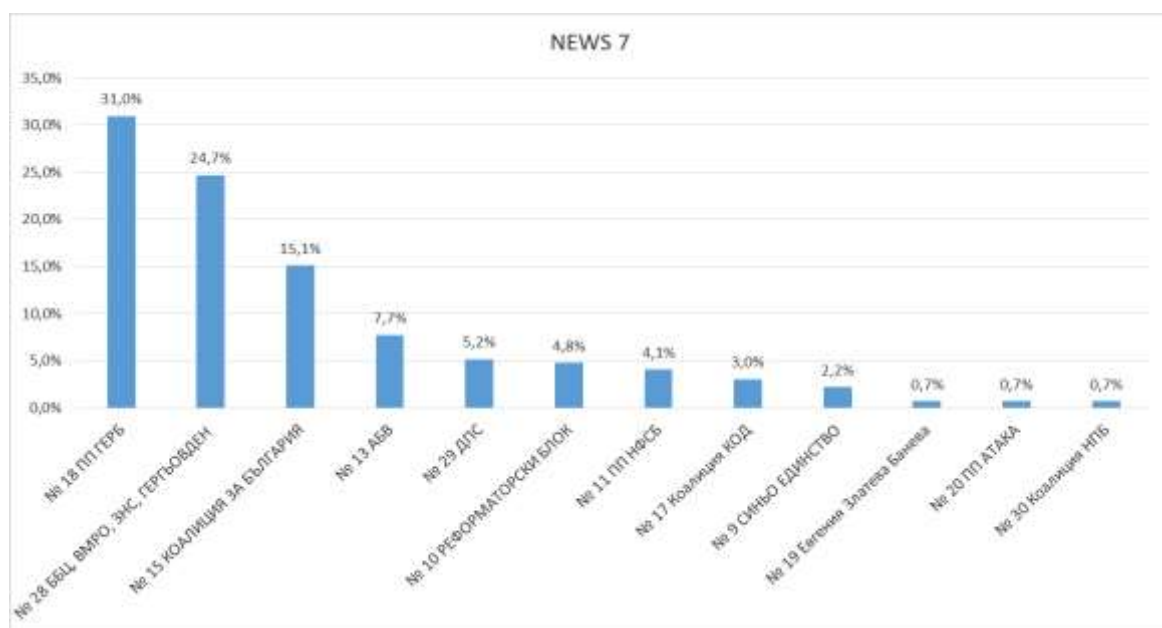
Тук високият индекс на България без цензура идва от многобройното участие на партията с 23 информационни единици, като оценката съобразно позиционирането в програмата е най-много с 4 т. при едно участие на Николай Бареков в Новини на 22 май и в "Карбовски предаването", на Д. Колева в предаването „Пряка демокрация“ на 10 май, на Румен Йончев в "Дневен ред". Преобладаващият жанр е интервю (10), следван от дискусиите (9) и новини (4). АБВ има значително по-малко появявания (12), една най-висока оценка за представяне (позициониране) (5 т.) е дадена за участието на К. Проданов в „Гореща точка“ на

28 април, останалите информационни единици са оценени между 1 и 3 т. Регистрират поява веднъж в праймтайма, а преобладаващата форма на участие е дискусията (8), новини (3) и интервю (1). Националистическата формация НФСБ се доближава до АБВ по характеристика. Те са трети, имат 10 участия, 1 в праймтайма, а по жанрова характеристика – дискусия (7), новини (2), интервю (1). Оценката им за позициониране варира от 1 до 3 по скалата, като тук липсва високо число, идентифициращо тежест на представянето. Реформаторският блок има 9 безплатни медийни изяви, като по преценка на наблюдаващия тяхната поява им носи оценяване от 1 до 3 т., една поява в праймтайма и доминираща форма на участие – дискусия (7). Има една оценка (5 т.) за представянето на С. Костадинов от Коалиция НПБ.

Графиката при съотношението представени/непредставени политически партии, коалиции и инициативни комитети:

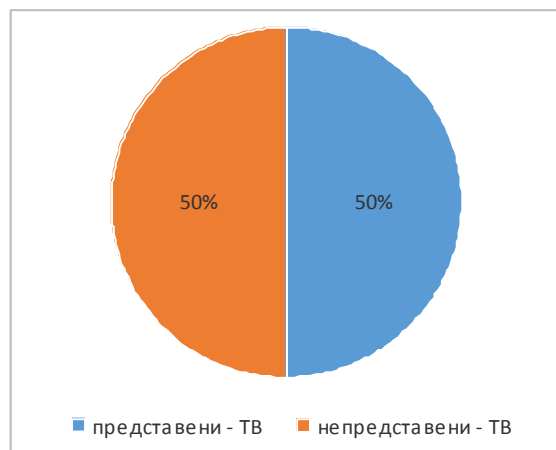


В **News7** на първите две места по индекс на тежест на присъствие на кандидатите в програмите (медиите) са ПП ГЕРБ (31%) и България без цензура, ВМРО, ЗНС, Гергьовден (24,7%), като с това двете формации печелят преднина пред останалите, а именно – Коалиция за България (15,1%), АБВ (7,7%), ПП ДПС (5,2%), Реформаторски блок (4,8%), ПП НФСБ (4,1%), Коалиция КОД (3%), Синьо единство (2,2%), независимия кандидат Евгения Банева, ПП Атака и Коалиция НПБ (0,7%).

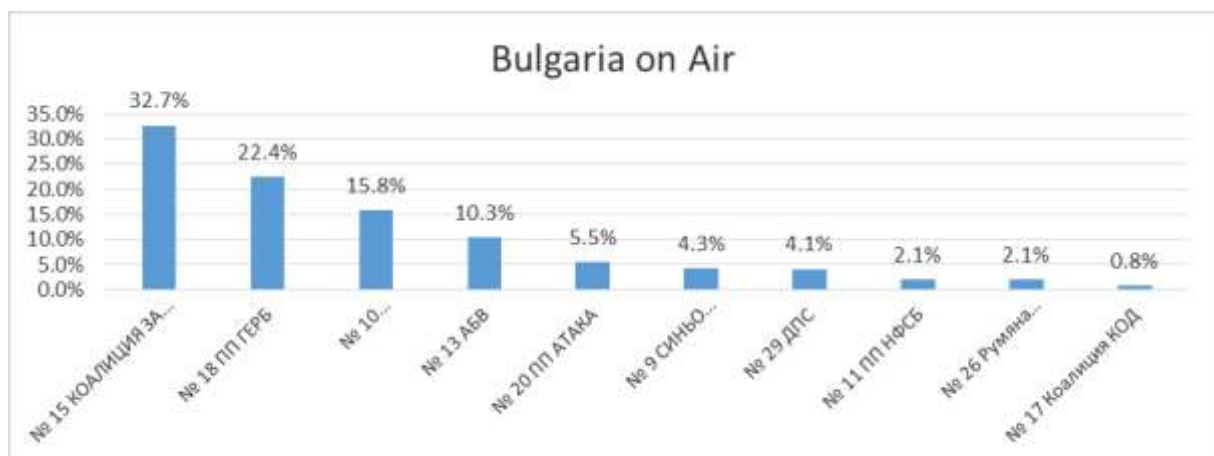


Високият индекс на тежест при ПП ГЕРБ е сформирани на базата на излъчени 22 информационни единици, всичките в новини, десет пъти в праймтайма. 10 от тях са свързани тематично с вота на недоверие и случая с кабинета на партията в Парламента. С по-ниски показатели е участието на България без цензура, ВМРО, ЗНС, Гергьовден – 17 информационни единици, девет от които в праймтайма, доминира появата в новини, 3 дискусии в „Нюзрум“. Излъчването им е концентрирано предимно на 22 и 23 май, като преди това са регистрирани много платени форми на политическата формация. Коалиция за България има 13 безплатни медийни изяви, 4 пъти в праймтайма, основно в новини и 3 дискусии. Скалата на оценяване по преценка на наблюдаващия съобразно позиционирането в програмата на всички е 2 т. като тежест на участие, има една оценка от 3 т. за Антония Първанова.

Графика на съотношението:



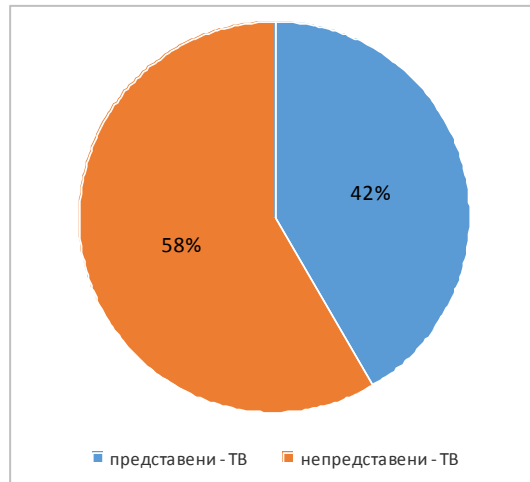
Коалиция за България е първа по индекс на тежест на присъствие на кандидатите в телевизионната програма **Bulgaria on air** (32.7%), на второ място е ГЕРБ (22.4%), следвани от Реформаторския блок (15.8%), АБВ (10.3%), ПП Атака (5.5%), Синьо единство (4.3%), ДПС (4,1%), ПП НФСБ (2.1%) и независимата Румяна Угърчинска (2,1%), коалиция КОД (0.8%).



Характерно за телевизионната програма Bulgaria on air е повторемостта на формите (новини), което до известна степен изкривява резултата, т.е. индексът на влияние получава по-висока стойност заради ротацията на информационни единици. Оценките за позициониране в

програмата са почти идентични (1 до 3), като по 3 т. се дава на новини, а по 1 т. за новина в кроул. Преобладаващият жанр е новини.

Представителството на политическите субекти в медията изглежда така:



Представяне на данните по партии, коалиции и инициативни комитети (програми: телевизионен ефир)

При телевизионните програми най-висок индекс на тежест получава КП Коалиция за България (21,5%) (Bulgaria on air и bTV). На второ място е ПП ГЕРБ (18,8%) (News7). След това са България без цензура (15,2%)(ТВ7), Реформаторският блок (11,8%). АБВ са на пето място с 10,8%. **С изключение на АБВ, всички останали формации имат вече представителство в Европейския парламент след проведените избори на 25 май. Изключение има и при ПП ДПС, които по индекс на влияние се намират на седмо място (4,2%), но изпращат в Европарламента 4 представители - толкова, колкото и първата формация в класацията – Коалиция за България. Синьо единство имат 3,6%, КОД – 1,4%.**

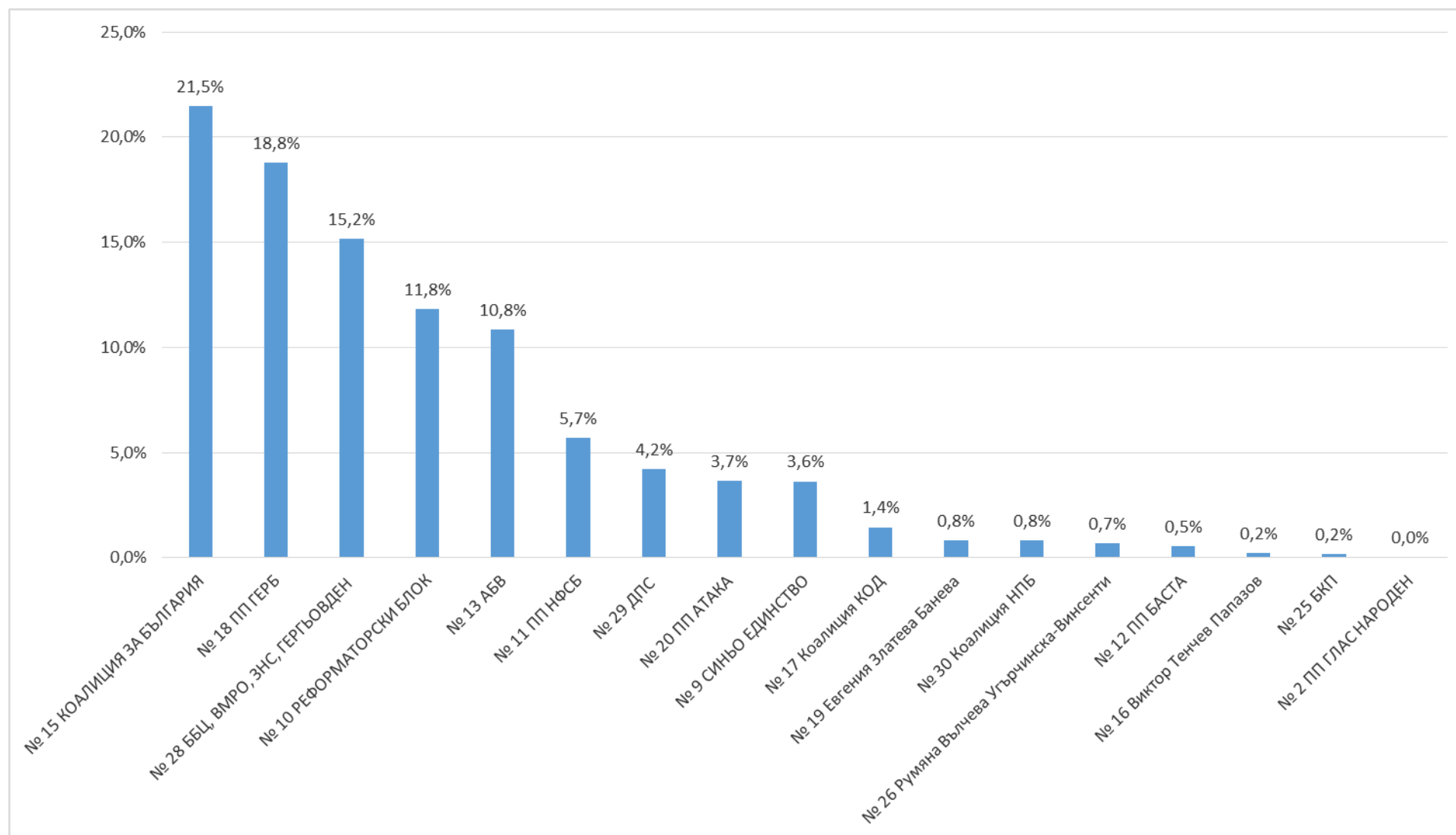
При **националистически формации** по индекс на тежест води ПП НФСБ (5,7%) пред ПП Атака (3,7%). Коалиция Националистически партии на България са едва с 0,8%, а Българската национално-патриотична партия на България не сформира индекс на тежест, т.е. няма безплатна медийна изява. БАСТА има 0,5%, БКП – 0,2%.

Независимите кандидати за членове на Европарламента сформират сравнително нисък индекс на тежест: Румяна Угърчинска-Винсенти (0,7%) (Bulgaria on air и ТВ 7), Евгения Банева (0,8%) (ТВ 7 и БТВ), Виктор Папазов (0,2%) (Нова телевизия).

Идентифицирана е и една единствената медийна поява на Глас народен (0%) в ТВ 7. БКП има едно безплатно медийно присъствие в Нова телевизия, а Коалиция Националистически партии на България в ТВ 7.

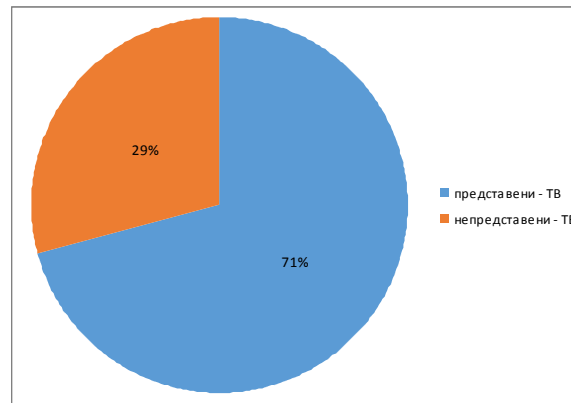
Групата на Зелените – Партия на зелените, Зелена партия и Зелените нямат нито едно безплатно медийно участие.

Присъствие на представители на политическите партии, коалиции и инициативни комитети и кандидати за членове на Европейския парламент в отразяването на изборите чрез безплатни форми (новини, интервюта, дискуссионни предавания) в програмите на електронните медии с най-силно влияние:



В процентно отношение допуснати/недопуснати до телевизионен ефир имат съотношение 79 към 21 на сто:

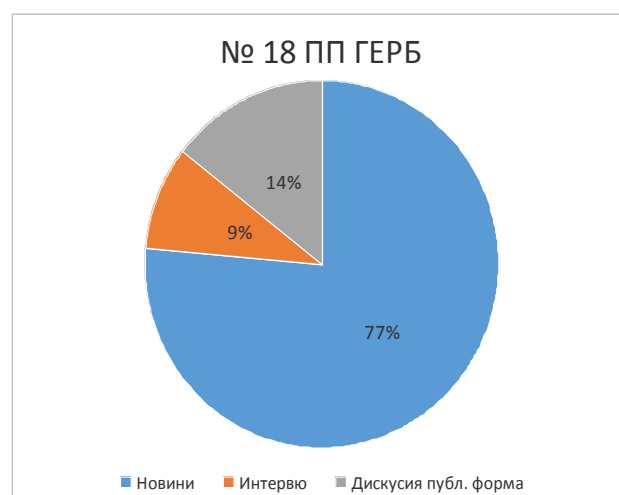
Общо за програмите, разпространявани ефирно – БТВ, Нова телевизия, Тв 7, Нюз 7 и България он ер. От 24 допуснати от ЦИК до участие кандидати, 17 са присъствали в програмите (71% към 29%).



Картината при разпределението и съотношението на безплатни форми на участия (новини, интервюта, дискуссионни форми) на отделните кандидати в ТВ програмите показва доминиране на новините като предпочетено медийно присъствие. Това се отнася до четирите политически формации, излъчили евродепутати. Изключение от това прави ПП ДПС, които са участвали най-много в дискуссионни форми, най-много интервюта са дали от България без цензура.

При **ПП ГЕРБ** новините съставляват 77 на сто от общото участие, публицистичните форми и интервютата са съответно 14% и 9%:

Разпределение и съотношение на безплатните формите на участия (новините, интервюта и диск форми) на отделните кандидати за членове на Европейския парламент и представители на политически партии, коалиции и инициативни комитети в ТВ програмите.



Новинарското присъствие на ПП ГЕРБ в News 7 е с 22 обекта на участие. От тях 10 са свързани с темата за вота на недоверие.

С малки разлики почти по същия начин изглежда съотношението и при **КП Коалиция за България** – 67% новини, 20% интервюта, 13% дискусии:



България без цензура са предпочетени в новините 53%, интервюта при тях имат по-голям процент – 34 и дискусии – 13 на сто:



Предпочитанието при **ДПС** е за участие в публицистична форма – 56%, 27% за новини и 17% за интервюта:

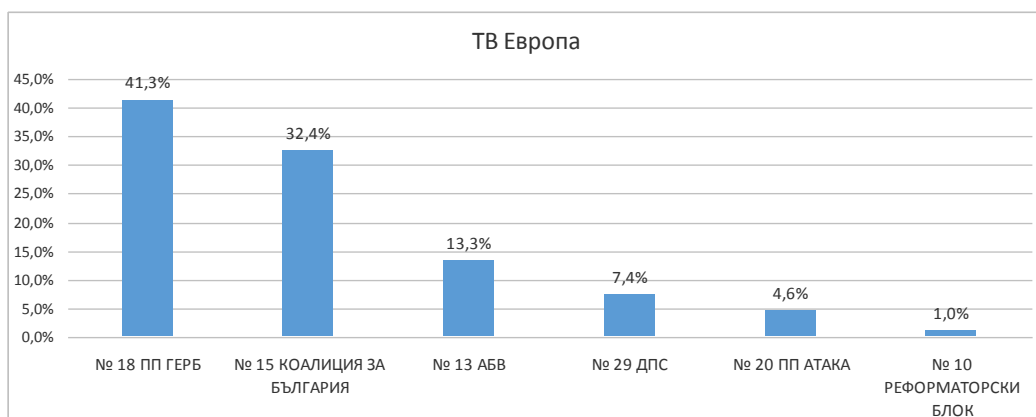


При **Реформаторския блок** се забелязва сравнителен баланс на формите. 35% дискуссионни форми, 40% новини, 25% интервюта:



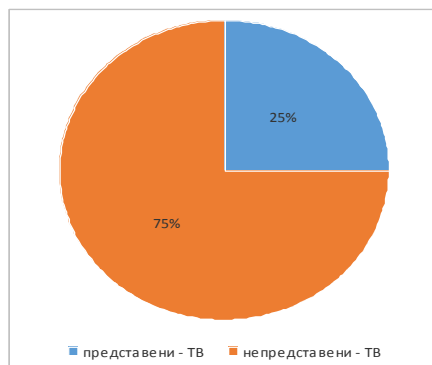
Представяне на данните по медии (ТВ – кабел и сателит)

ПП ГЕРБ (41,3%) получава силен индекс и в ТВ Европа, след тях са Коалиция за България (32,4%), АБВ (13,3%), ДПС (7,4%), Атака (4,6%) и Реформаторският блок (1%).

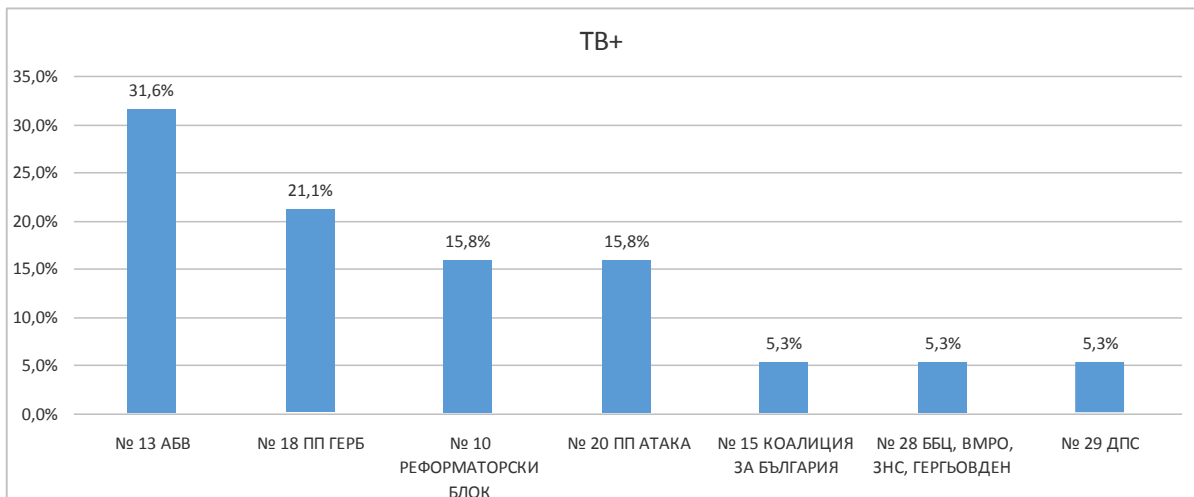


Преобладаващата жанрова форма на бесплатно политическо участие за всички представители в **ТВ Европа** са новини, има регистрирани само три участия в дискусии. В телевизионния праймтайм се появяват два пъти ГЕРБ и един път Коалиция за България. Позиционирането на кандидатите е оценено в ниската степен от 2 т.

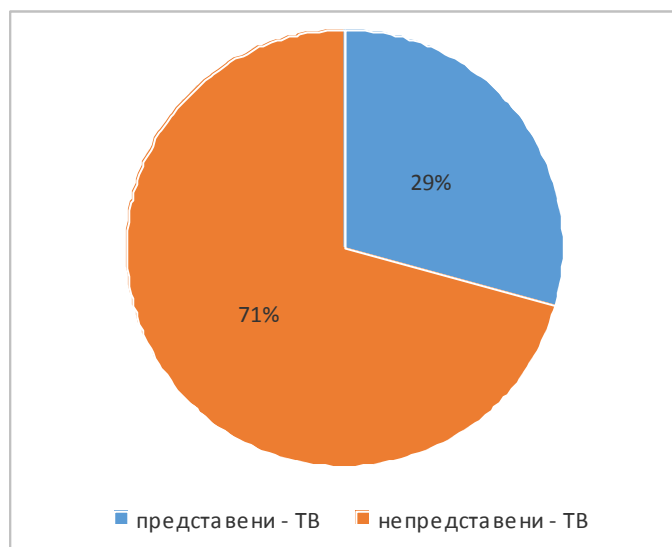
Съотношение представени/непредставени:



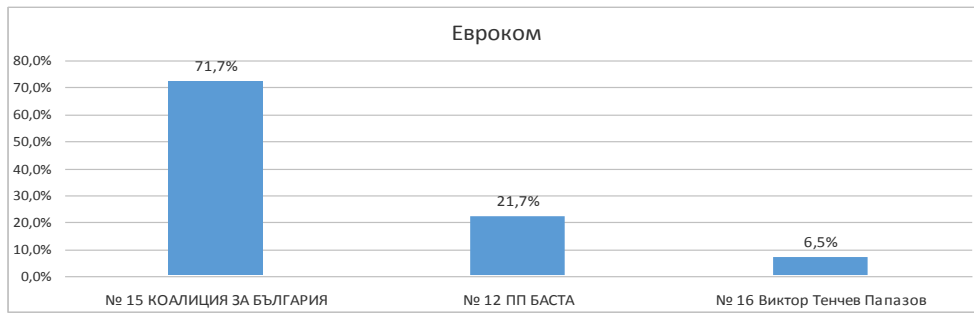
При **ТВ+** се получава следната подредба: АБВ (31%), ПП ГЕРБ (21%), Реформаторски блок и ПП Атака (15,8%), Коалиция за България, България без цензура, ВМРО, ЗНС, Гергьовден и ДПС (5,3%). Първите четири формации се появяват в праймтайма, останалите са в друго време. Жанровата характеристика е единствено и само новини.



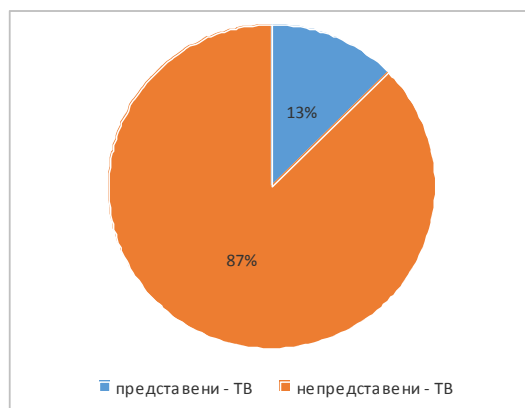
Съотношение представени/непредставени в ТВ+:



В **Евроком** индекс на тежест на присъствие имат само три политически субекта – с най-висок е Коалиция за България (71,7), БАСТА (21,7%) и независимия Виктор Папазов (6,5%)

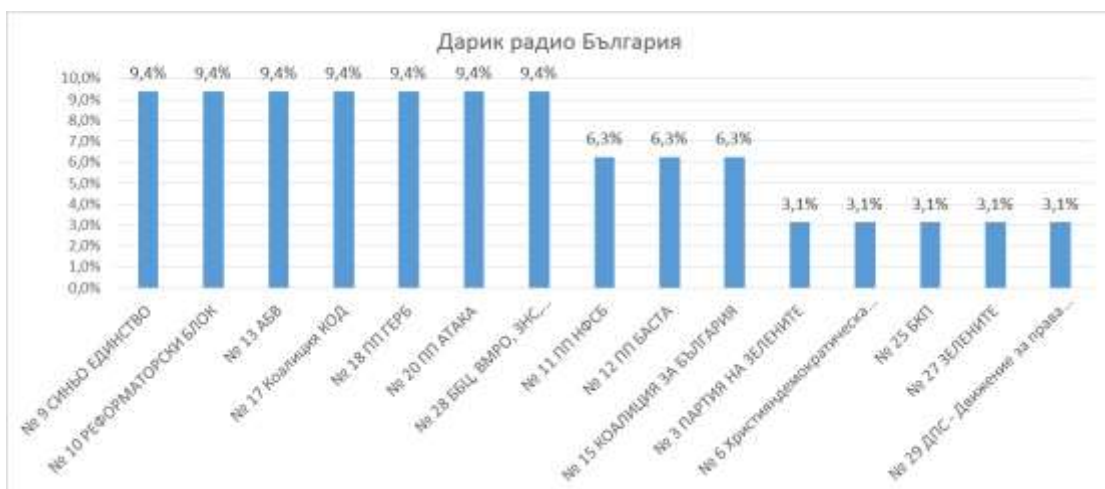


Съотношение представени/непредставени в Евроком:

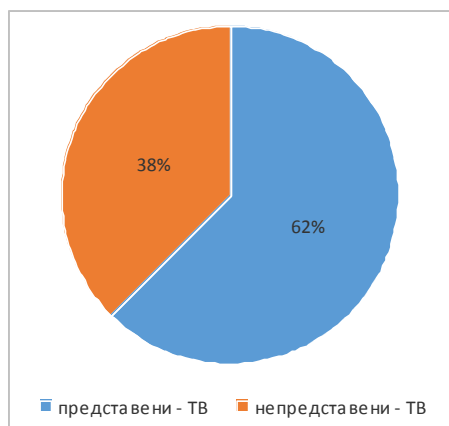


Представяне на данните (радио ефир)

14 партии са участвали в Дарик радио България, което представлява и значително разнообразие в представянето. В индекса им на тежест се забелязва **равнопоставеност в три групи:** Синьо единство, Реформаторски блок, АБВ, Коалиция КОД, ПП ГЕРБ, ПП Атака, ББЦ (9,4%), ПП НФСБ, ПП Баста, КП Коалиция за България (6,3%), Партия на зелените, Християндемократическа партия, БКП, Зелените, ДПС (3,1%). Всички интервюта са в праймтайма, защото са излъчени в седмичното обзорно предаване “Седмицата”. Оценката по преценка на наблюдаващия е идентична – за всички по 2 т.



Ето как изглежда графиката при съотношението представени/непредставени политически партии, коалиции и инициативни комитети:



От големите медии единствено **bTV** се представя с графика, в която **непредставените медии имат по-голям дял от представените с безплатни агитационни форми. Най-голям дял представени медии има ТВ7 и Дарик радио България.** Като цяло обаче може да се направи обобщението, че **големите медии взаимодействат повече с големите партии и по-малко с малките.** Изключение прави ПП ДПС, които излизат обикновено в по-долната част на стълбицата, т.е. показват сравнително нисък индекс на тежест на представянето. Общо за програмите, разпространявани ефирно – БТВ, Нова телевизия, TV 7, News 7 и Bulgaria on air от 24 допуснати от ЦИК до участие кандидати, 17 са присъствали в програмите или в процентно отношение това е (71% към 29%).

Независимите кандидати регистрират безплатно участие, но то е значително по-малко.

Ако индексът на тежестта на присъствие на кандидатите дава поглед към взаимодействието между медията и политическия субект, на основата на което се създава своеобразна информационна платформа, аудиторията черпи повече информация за големите политически субекти.

Съдържание на приложението: същото съдържа за всяка програма брой безплатни форми и ефирно време на безплатните форми по партии, кандидати, коалиции, поместени в програмата, както и тяхното съотношение (брой към минути по партия). Приложението съдържа за всяка програма брой платени форми и ефирно време платените форми по партии, кандидати, коалиции, поместени в програмата, както и тяхното съотношение (брой към минути по партия).

1. Данни за програма БТВ: стр. 25-стр.27.
2. Данни за програма Нова телевизия: стр.28-стр.31.
3. Данни за програма ТВ7: стр.32-стр.36.
4. Данни за програма Нюз 7: стр.37-стр.40.
5. Данни за програма България Он Ер: стр.41-стр.44.
6. Данни за програма Канал 3: стр.45-стр.48.
7. Данни за програма ТВ Европа: стр.49-стр.52.
8. Данни за програма Дарик Радио България: стр.53-стр.57.
9. Данни за програма Радио К2: стр.58-стр.61.
10. Данни за програми на верига Радио Фокус: стр.62-стр.63.
(Радио Фокус-за територията на: София, Благоевград, Пловдив, Видин, Велико Търново, Бургас).



Безплатни форми по партии в програмата: 31 броя.

- №15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 6 бр.
- №28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН - 5 бр.
- №18 ПП ГЕРБ - 5 бр.
- №10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 5 бр.
- №13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 4 бр.
- №11 НФСБ - 2 бр.
- №20 АТАКА - 2 бр.
- №29 ДПС - 2 бр.



Ефирно време на безплатните форми по партии в програмата: 412 мин.

- №18 ПП ГЕРБ - 80 мин.
- №10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 76 мин.
- №15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 75 мин.
- №28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН - 66 мин.
- №13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 38 мин.
- №11 НФСБ - 34 мин.
- №20 АТАКА - 27 мин.
- №29 ДПС - 16 мин.



Таблица със съотношение брой и минути на безплатни форми по партии:



Платени форми по партии в програмата: 302 бр. Видове: клипове: 174 бр., хроники: 128 бр., интервюта- няма.

№28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЪОВДЕН - 70 бр.

№15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 56 бр.

№29 ДПС - Движение за права и свободи - 43 бр.

№20 АТАКА - 39 бр.

№10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 38 бр.

№13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 30 бр.

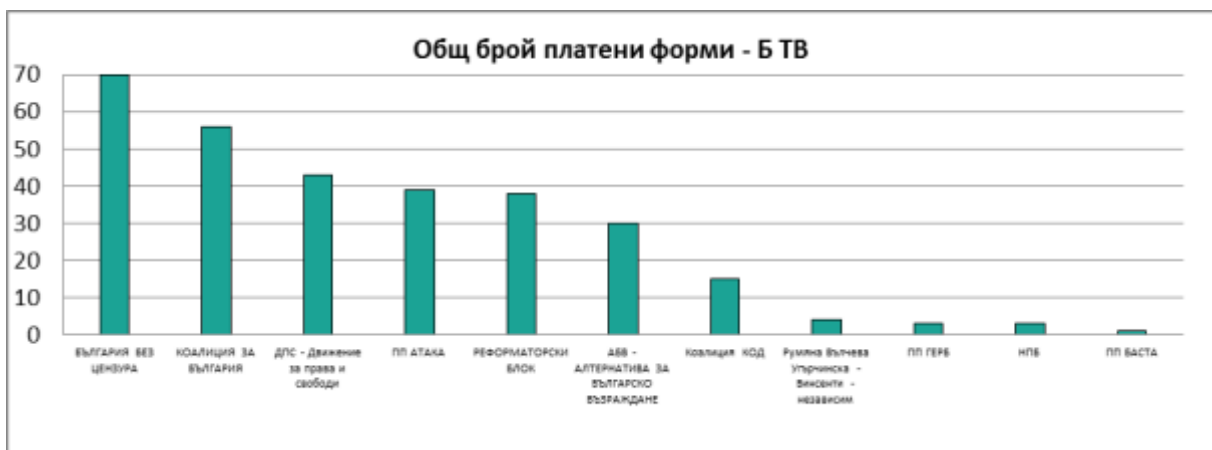
№17 Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП КОД - 15 бр.

№26 Румяна Вълчева Угърчинска - Винсенти (независим) - 4 бр.

№18 ПП ГЕРБ - 3 бр.

№30 Коалиция НАЦИОНАЛИСТИЧЕСКИ ПАРТИИ НА БЪЛГАРИЯ (НПБ) - 3 бр.

№12 ПП БАСТА - 1 бр.





Ефирно време за платени форми по партии в програмата (репортажи, хроники, клипове): 231 мин.

№28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН - 70 мин.

№15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 46 мин.

№20 АТАКА - 39 мин.

№10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 27 мин.

№29 ДПС - Движение за права и свободи - 25 мин.

№13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 10 мин.

№17 Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП КОД - 6 мин.

№18 ПП ГЕРБ - 3 мин.

№12 ПП БАСТА - 1 мин.

№30 Коалиция НАЦИОНАЛИСТИЧЕСКИ ПАРТИИ НА БЪЛГАРИЯ (НПБ) - 1м. 30 сек.

№26 Румяна Вълчева Угърчинска - Винсенти - независим - 40 сек.

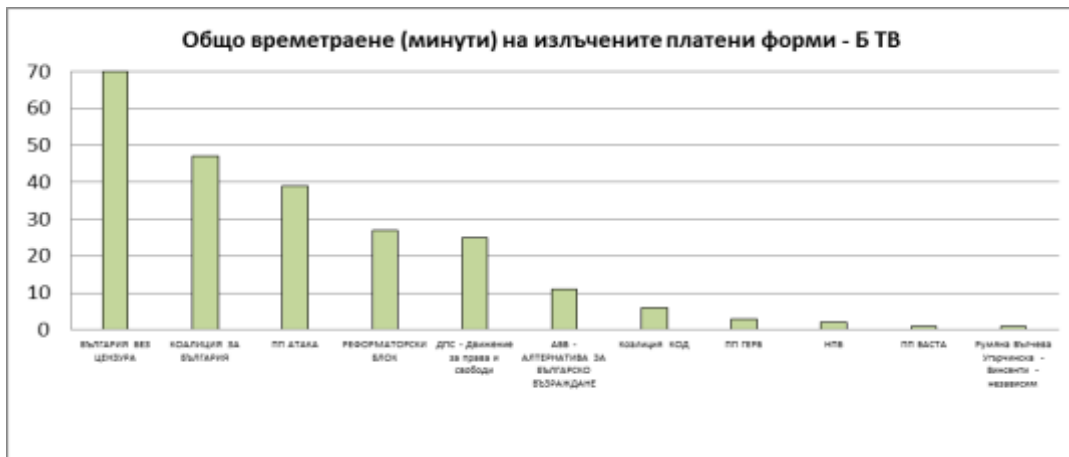
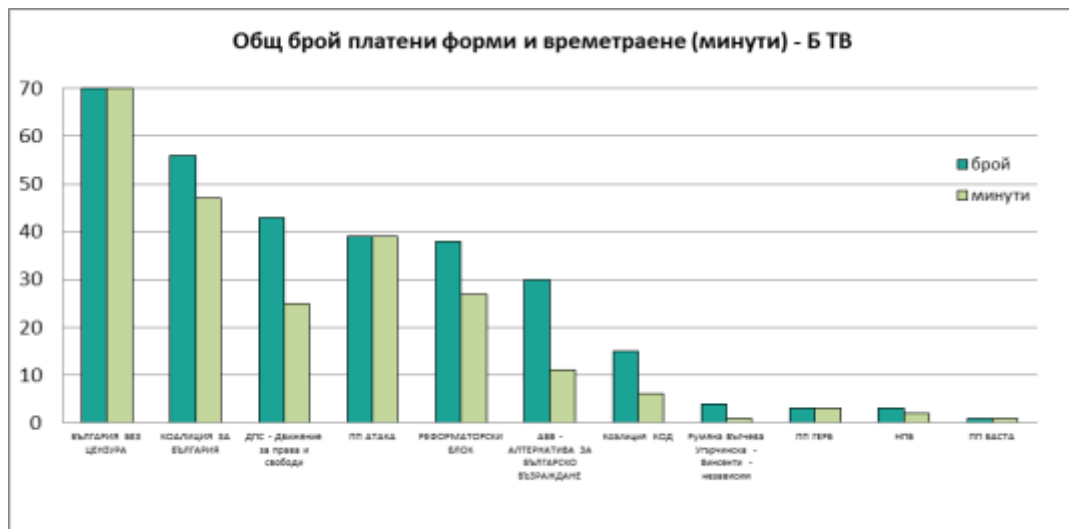


Таблица със съотношение брой и минути на платените форми по партии:

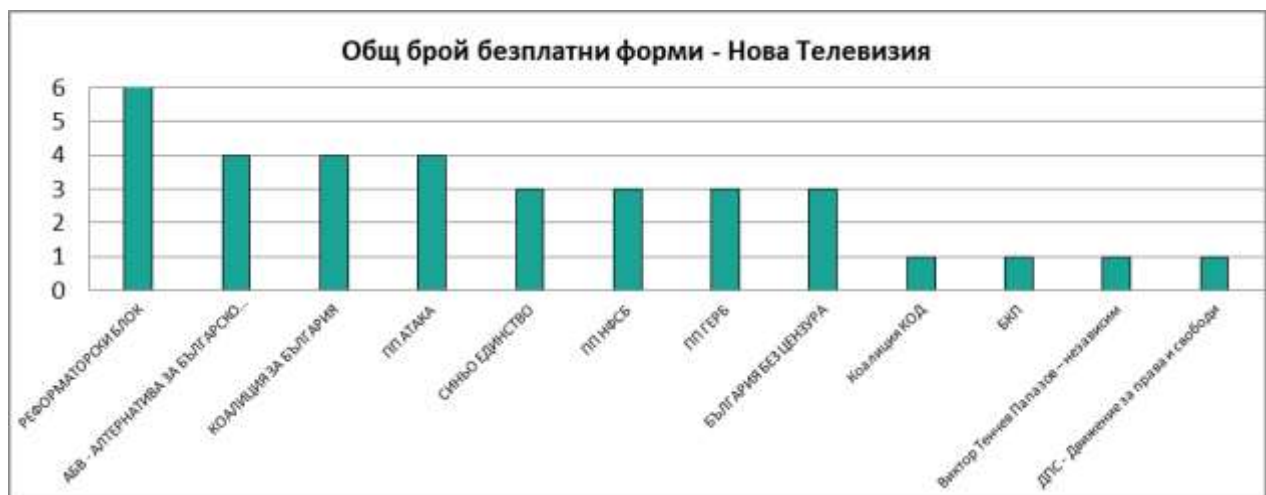


Нова телевизия



Безплатни форми по партии в програмата: общо 36 броя

- № 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 10 бр.
- № 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 4 бр.
- № 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 4 бр.
- № 20 ПП АТАКА - 4 бр.
- № 9 СИНЬО ЕДИНСТВО - 3 бр.
- № 11 ПП НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ (ПП НФСБ) - 3 бр.
- № 18 ПП ГЕРБ - 3 бр.
- № 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН - 3 бр.
- № 17 Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП - 1 бр.
- № 25 БКП - 1 бр.
- № 16 Виктор Тенчев Папазов – независим - 1 бр.
- № 29 ДПС - Движение за права и свободи - 1 бр.



Ефирно време на безплатните форми по партии в програмата: общо 352 мин.

- № 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 97 мин.
- № 9 СИНЬО ЕДИНСТВО - 49 мин.
- № 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 42 мин.
- № 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 28 мин.
- № 20 ПП АТАКА - 27 мин.
- № 18 ПП ГЕРБ - 26 мин.
- № 11 ПП НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ (ПП НФСБ) - 25 мин.
- № 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН - 21 мин.
- № 17 Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП - 15 мин.
- № 25 БКП - 11 мин.

№ 16 Виктор Тенчев Папазов – независим - 9 мин.

№ 29 ДПС - Движение за права и свободи - 1 мин.

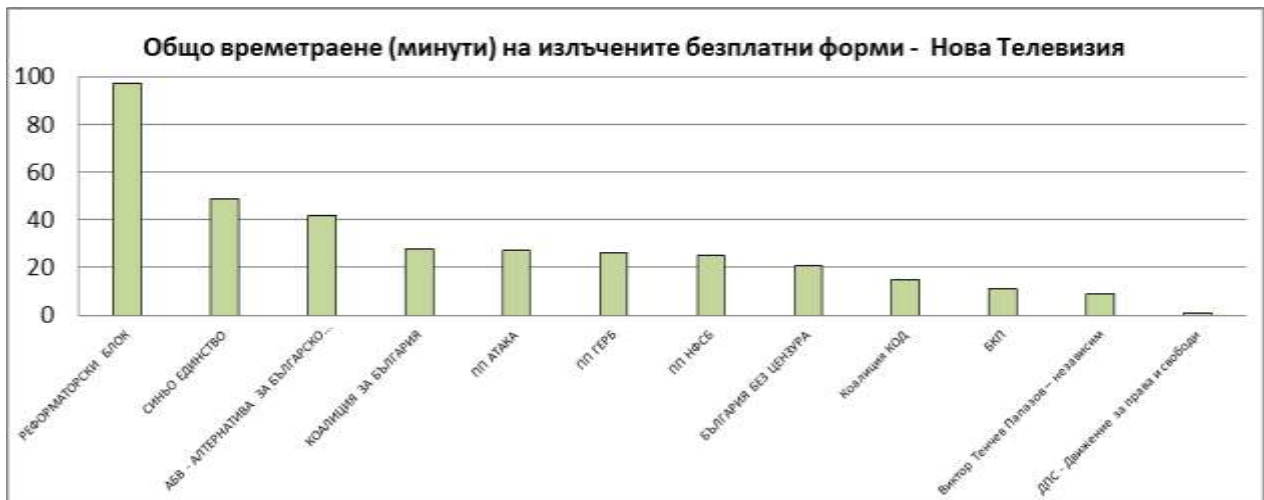
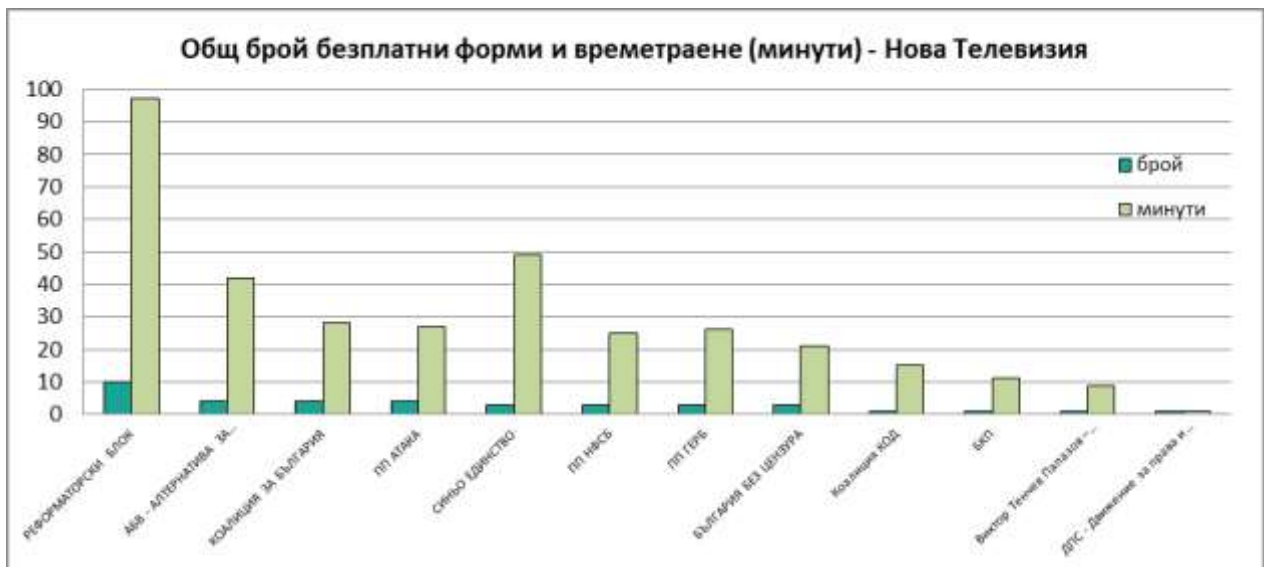


Таблица със съотношение брой и минути на безплатните форми по партии





Платени форми по партии в програмата: общо 323 броя, по видове: клипове: 197 бр., хроники: 126 бр.

- № 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН - 68 бр.
- № 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 56 бр.
- № 29 ДПС - Движение за права и свободи - 49 бр.
- № 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 45 бр.
- № 20 ПП АТАКА - 39 бр.
- № 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 32 бр.
- № 17 Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП - 15 бр.
- № 9 СИНЬО ЕДИНСТВО - 13 бр.
- № 18 ПП ГЕРБ - 6 бр.



Ефирно време по партии в платени форми по партии в програмата: общо 245 мин.

- № 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН - 68 мин.
- № 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 46 мин.
- № 20 ПП АТАКА - 37 мин.
- № 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 35 мин.
- № ДПС - Движение за права и свободи - 28 мин.
- № 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 10 мин.
- № 9 СИНЬО ЕДИНСТВО - 10 мин.
- № 18 ПП ГЕРБ - 6 мин.
- № 17 Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП - 5 мин.

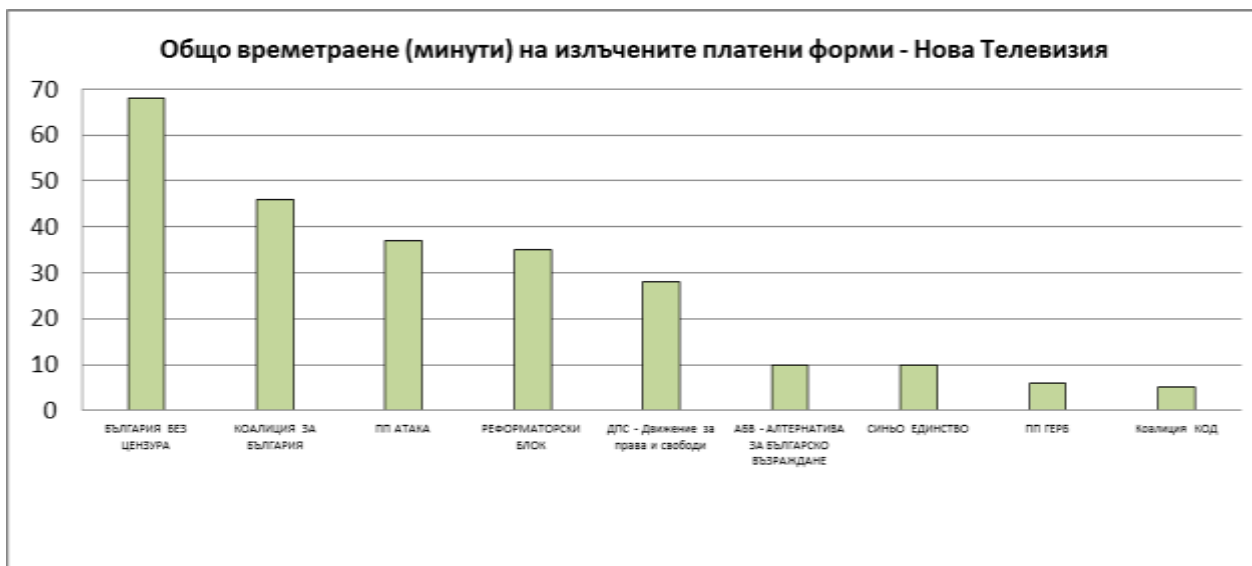


Таблица със съотношение брой и минути платените форми по партии

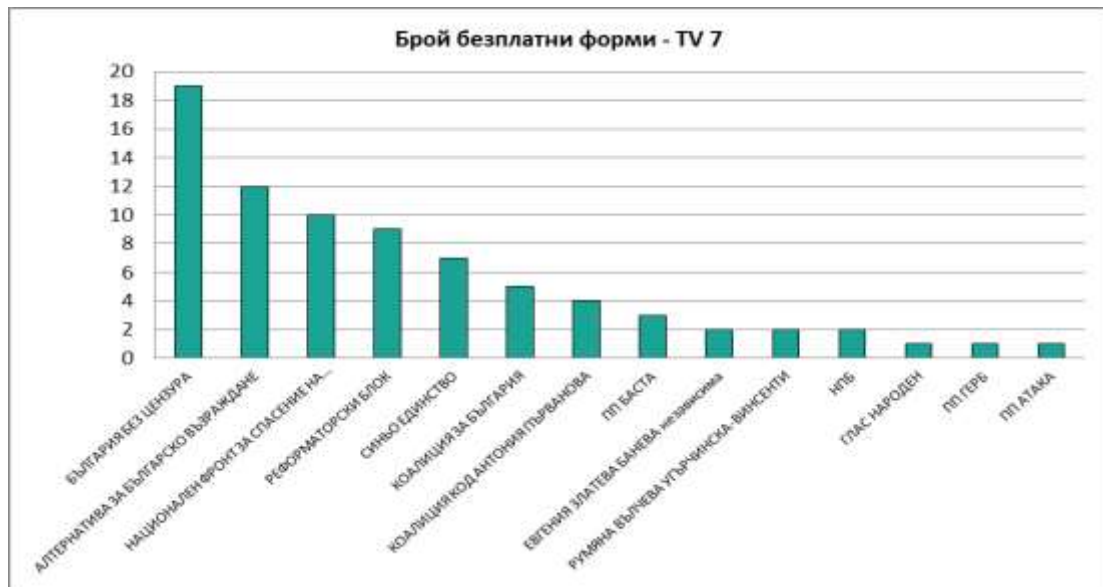


ТВ 7



Безплатни форми по партии в програмата: 78 броя.

- № 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА - 19 бр.
- № 13 АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ – 12 бр.
- № 11 НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ - 10 бр.
- № 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – 9 бр.
- № 9 СИНЬО ЕДИНСТВО - 7 бр.
- № 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ – 5 бр.
- № 17 КОАЛИЦИЯ КОД АНТОНИЯ ПЪРВАНОВА – 4 бр.
- № 12 ПП БАСТА – 3 бр.
- № 19 ЕВГЕНИЯ ЗЛАТЕВА БАНЕВА – 2 бр.
- № 26 РУМЯНА ВЪЛЧЕВА УГЪРЧИНСКА-ВИНСЕНТИ – 2 бр.
- №30 КОАЛИЦИЯ НАЦИОНАЛИСТИЧЕСКИ ПАРТИИ НА БЪЛГАРИЯ НПБ - 2 бр.
- № 2 ГЛАС НАРОДЕН – 1 бр.
- № 18 ПП ГЕРБ – 1 бр.
- № 20 ПП “АТАКА” – 1 бр.





Ефирно време на безплатните форми по партии в програмата: 571 мин.

№ 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА - 190 мин.

№ 9 СИНЬО ЕДИНСТВО - 78 мин.

№ 13 АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ – 76 мин.

№ 11 НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ - 71 мин.

№ 17 КОАЛИЦИЯ КОД АНТОНИЯ ПЪРВАНОВА – 32 мин.

№ 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 30 мин.

№ 30 КОАЛИЦИЯ НАЦИОНАЛИСТИЧЕСКИ ПАРТИИ НА БЪЛГАРИЯ (НПБ) – 23 мин.

№ 12 ПП БАСТА - 22 мин.

№ 19 ЕВГЕНИЯ ЗЛАТЕВА БАНЕВА - 18 мин.

№ 26 РУМЯНА ВЪЛЧЕВА УГЪРЧИНСКА-ВИНСЕНТИ - 14 мин.

№ 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 8 мин.

№2 ГЛАС НАРОДЕН - 6 мин.

№ 20 ПП “АТАКА” - 2 мин.

№ 18 ПП ГЕРБ - 0.46

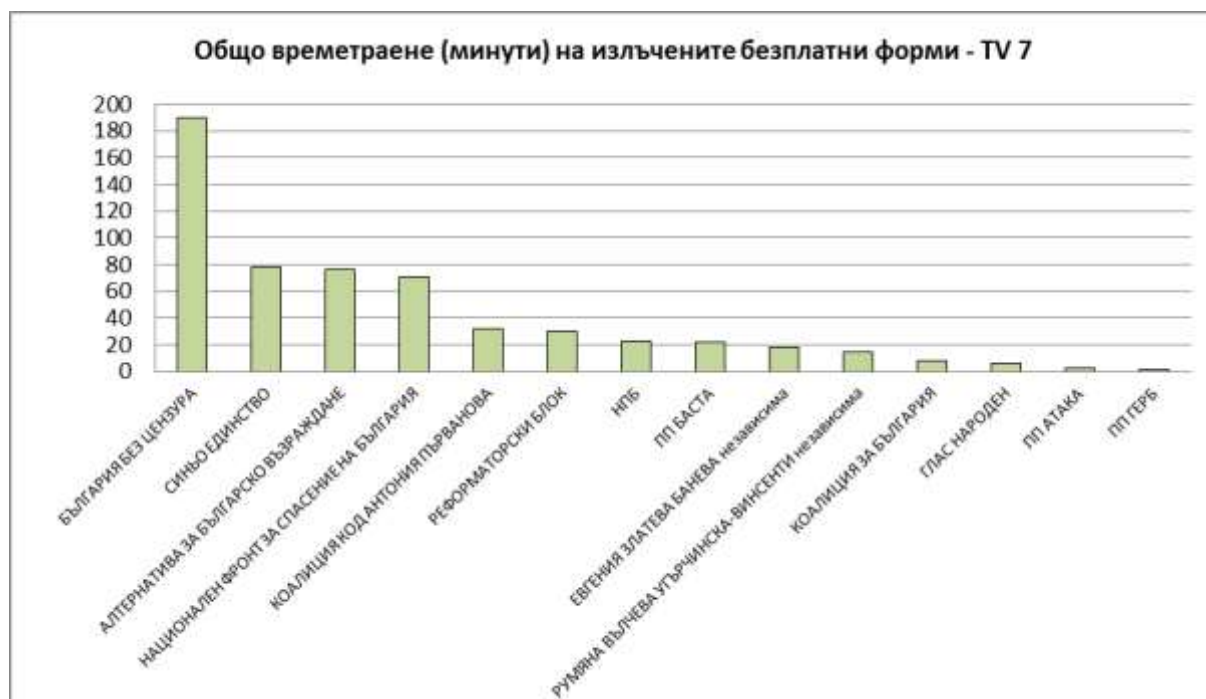
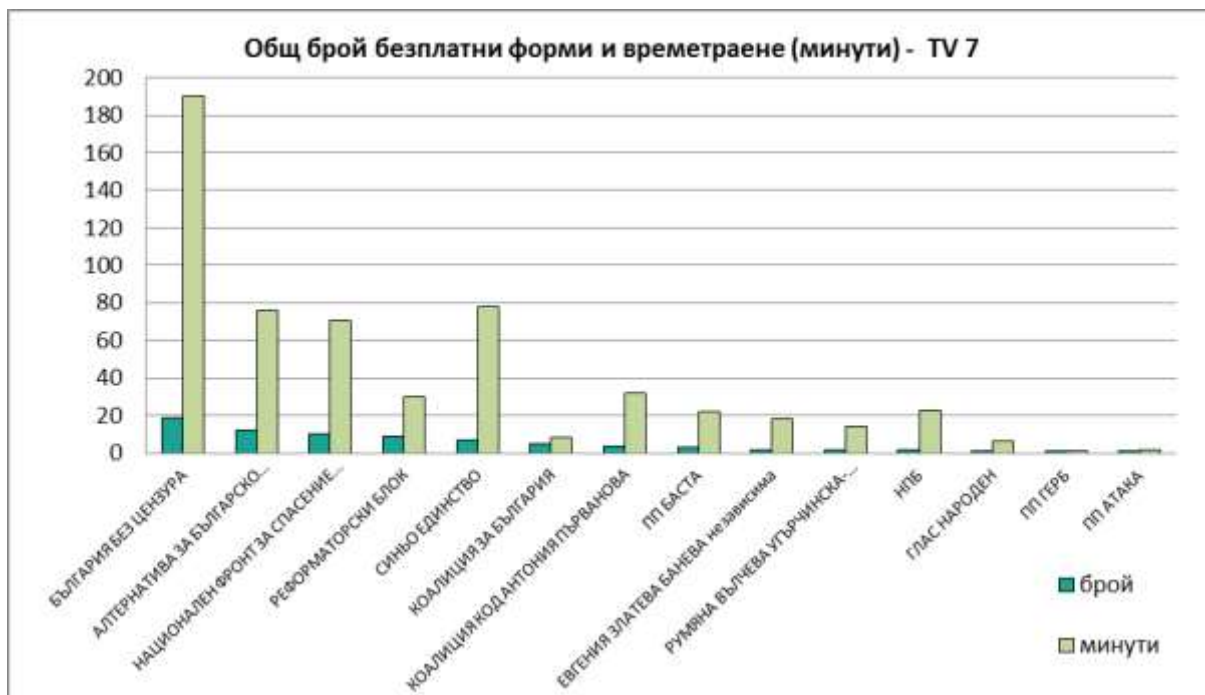




Таблица съотношение брой и минути на безплатни форми по партии:



Платени форми по партии в програмата (репортажи, хроники, клипове): 173 бр.

№ 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА - 110 бр.

№ 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 46 бр.

№ 9 СИНЬО ЕДИНСТВО - 7бр.

№ 20 ПП "АТАКА" - 6 бр.

№ 19 ЕВГЕНИЯ ЗЛАТЕВА БАНЕВА – 1 бр.

№ 8 БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНО-ПАТРИОТИЧНА ПАРТИЯ – 1 бр.

№ 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – 1 бр.

№ 17 КОАЛИЦИЯ КОД АНТОНИЯ ПЪРВАНОВА – 1 бр.



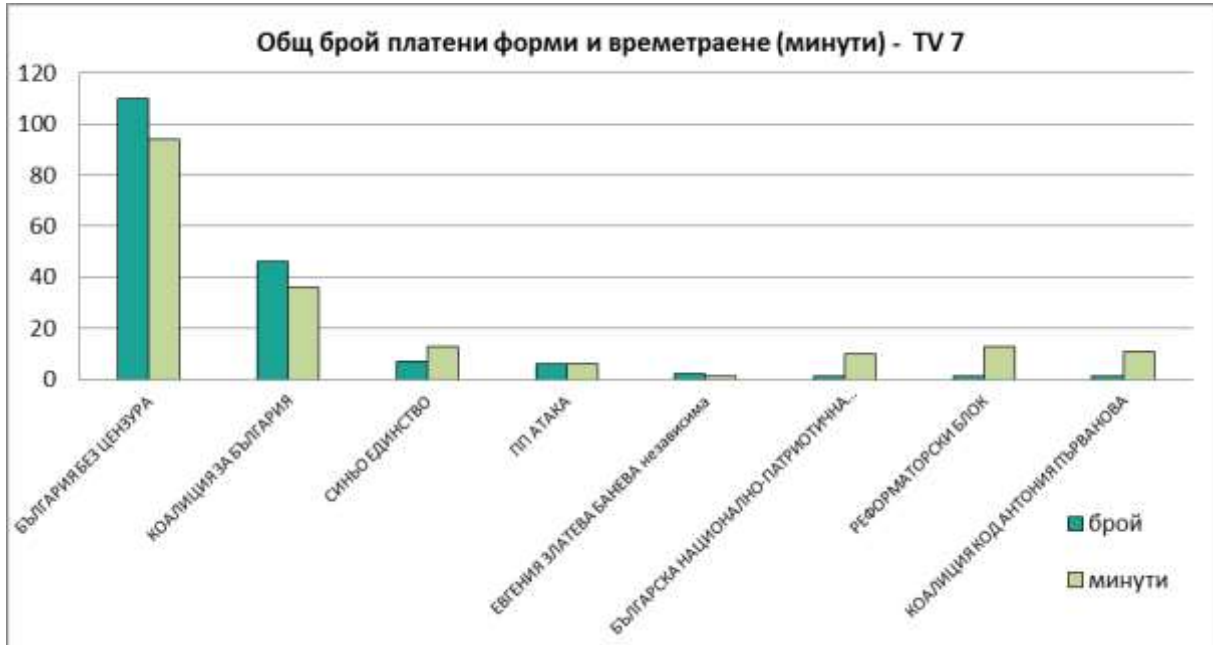
Ефирно време по партии в платени форми по партии в програмата (репортажи, хроники, клипове): 163 мин.

- № 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА - 94 мин.
- № 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 36 мин.
- № 9 СИНЬО ЕДИНСТВО - 13 мин.
- № 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 13 мин.
- № 17 КОАЛИЦИЯ КОД АНТОНИЯ ПЪРВАНОВА - 11 мин.
- № 8 БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНО-ПАТРИОТИЧНА ПАРТИЯ - 10 мин.
- № 20 ПП "АТАКА" - 6 мин.
- № 19 ЕВГЕНИЯ ЗЛАТЕВА БАНЕВА НЕЗАВИСИМ - 1 мин.





Таблица със съотношение брой и минути на платените форми по партии:



NEWS 7



Безплатни форми по партии в програмата: 73 броя.

№ 18 ГЕРБ - 22 бр.

№ 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА - 18 бр.

№ 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 12 бр.

№13 АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 6 бр.

№10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 5 бр.

№11 НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ - 4 бр.

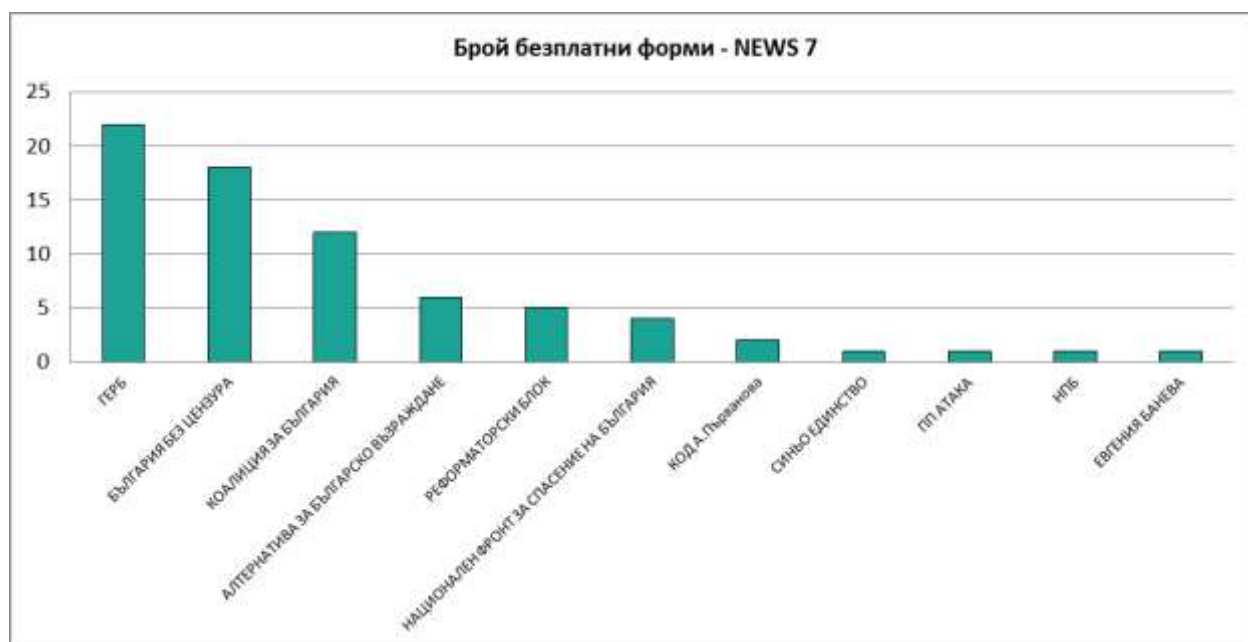
№ 17 КОД АНТОНИЯ ПЪРВАНОВА - 2 бр.

№ 9 СИНЬО ЕДИНСТВО - 1 бр.

№19 ЕВГЕНИЯ БАНЕВА - 1 бр.

№ 20 ПП АТАКА - 1бр.

№30 НПБ - 1 бр.



Ефирно време на безплатните форми по партии в програмата: 106 мин.

№ 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА - 27мин.

№ 17 КОД АНТОНИЯ ПЪРВАНОВА - 22 мин.

№ 18 ГЕРБ - 15 мин.

№30 НПБ - 13 мин.

№19 ЕВГЕНИЯ БАНЕВА - 12 мин.

№ 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 7 мин.

№13 АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 4 мин.

№10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 2 мин.

№ 20 ПП АТАКА - 2 мин.

№11 НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ - 1 мин.

№9 СИНЬО ЕДИНСТВО - 1 мин.

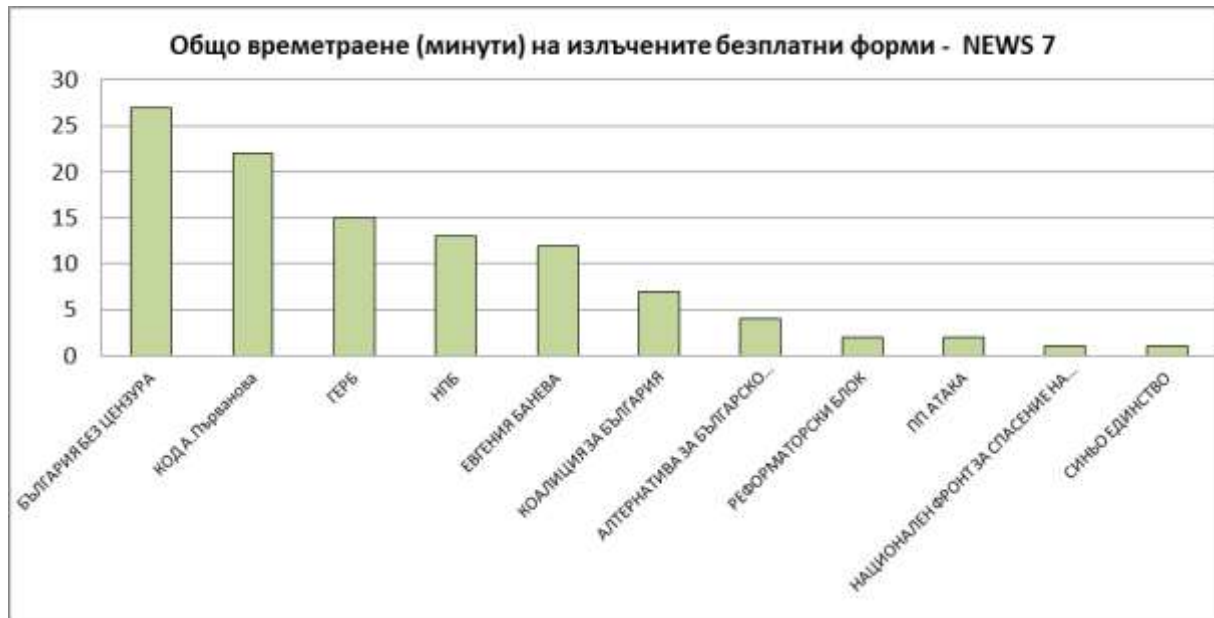
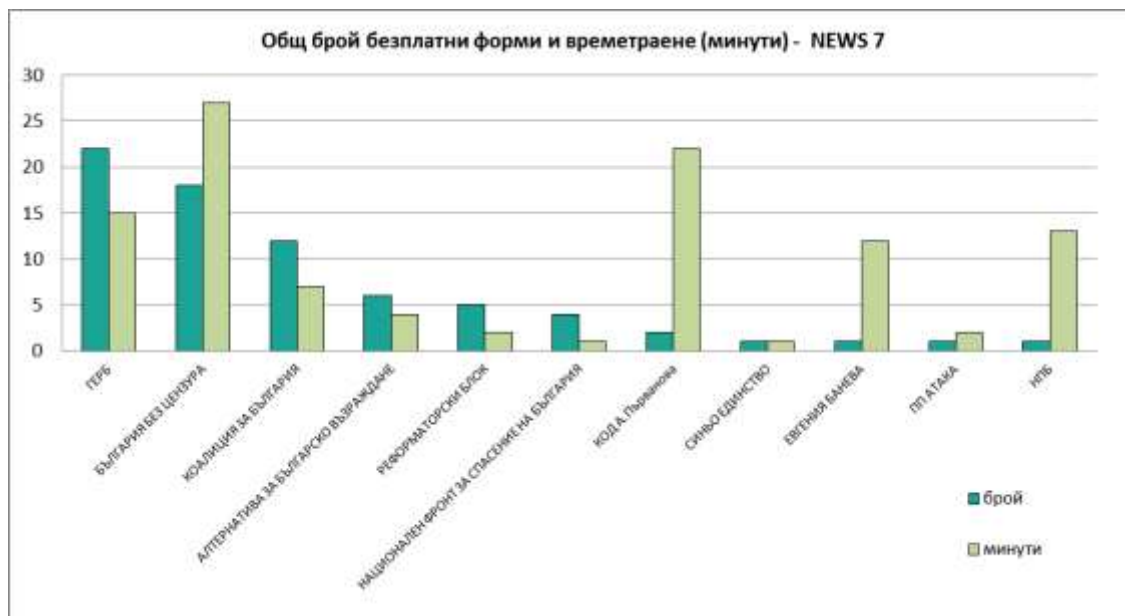


Таблица със съотношение брой и минути на безплатни форми по партии:

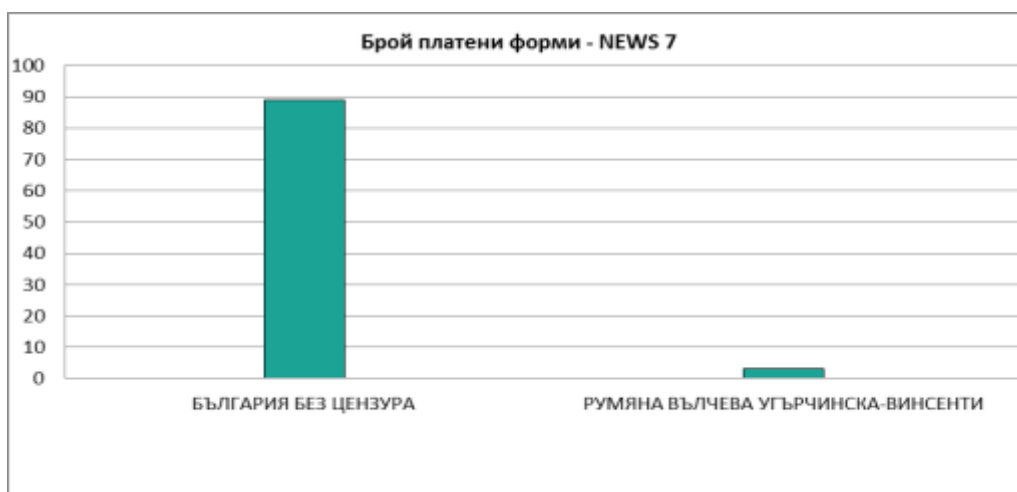




Брой платени форми по партии в програмата (хроники, клипове): общо 92 бр.
Видове: хроники 45 бр. и клипове 47 бр.

№ 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА - 89 бр.

№ 26 РУМЯНА ВЪЛЧЕВА УГЪРЧИНСКА-ВИНСЕНТИ - 3 бр.



Ефирно време в платени форми по партии в програмата (хроники, клипове): 76 мин.

№ 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА - 71 мин.

№ 26 РУМЯНА ВЪЛЧЕВА УГЪРЧИНСКА-ВИНСЕНТИ - 45сек.





Таблица със съотношение брой и минути на платените форми по партии:

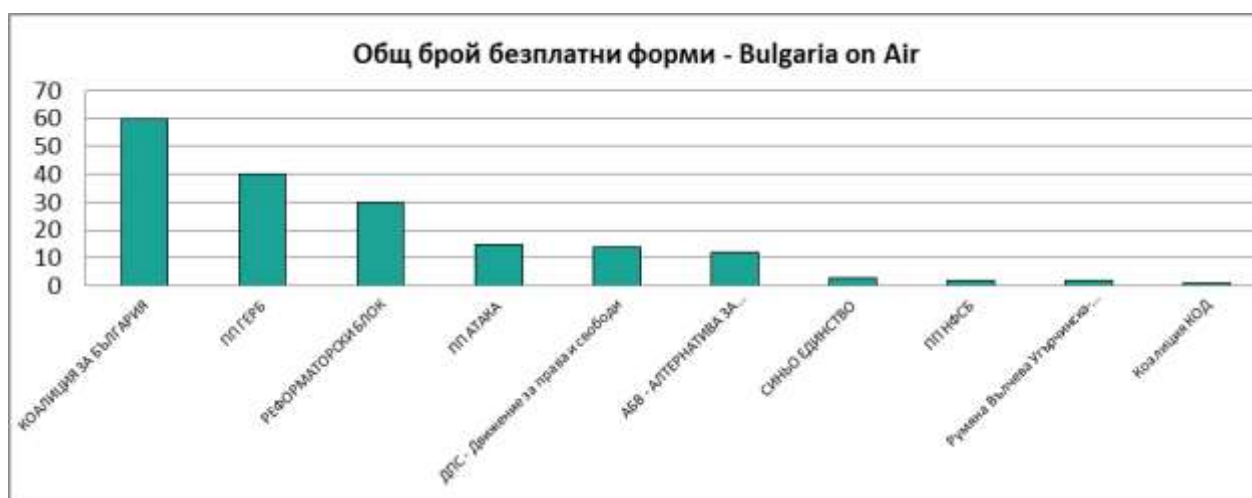


Bulgaria on Air



Брой безплатни форми по партии в програмата - общо: 179 броя

- № 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 60 бр.
- № 18 ПП ГЕРБ - 40 бр.
- № 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 30 бр.
- № 20 ПП АТАКА - 15 броя
- № 29 ДПС - 14 бр.
- № 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 12 бр.
- № 9 СИНЬО ЕДИНСТВО - 3 бр.
- № 11 ПП НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ (ПП НФСБ) - 2 бр.
- № 26 Румяна Вълчева Угърчинска-Винсенти - 2 бр.
- № 30 Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП - 1 бр.



Ефирно време на безплатните форми по партии в програмата: общо 342 мин.

- № 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 63 мин.
- № 18 ПП ГЕРБ - 61 мин.
- № 11 ПП НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ (ПП НФСБ) - 44 мин.
- № 26 РУМЯНА ВЪЛЧЕВА УГЪРЧИНСКА-ВИНСЕНТИ - 40 мин.
- № 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 36 мин.
- № 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 34 мин.
- № 9 СИНЬО ЕДИНСТВО - 21 мин.
- № 29 ДПС - 19 мин.
- № 30 Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП - 14 мин.
- № 20 ПП АТАКА - 10 мин.

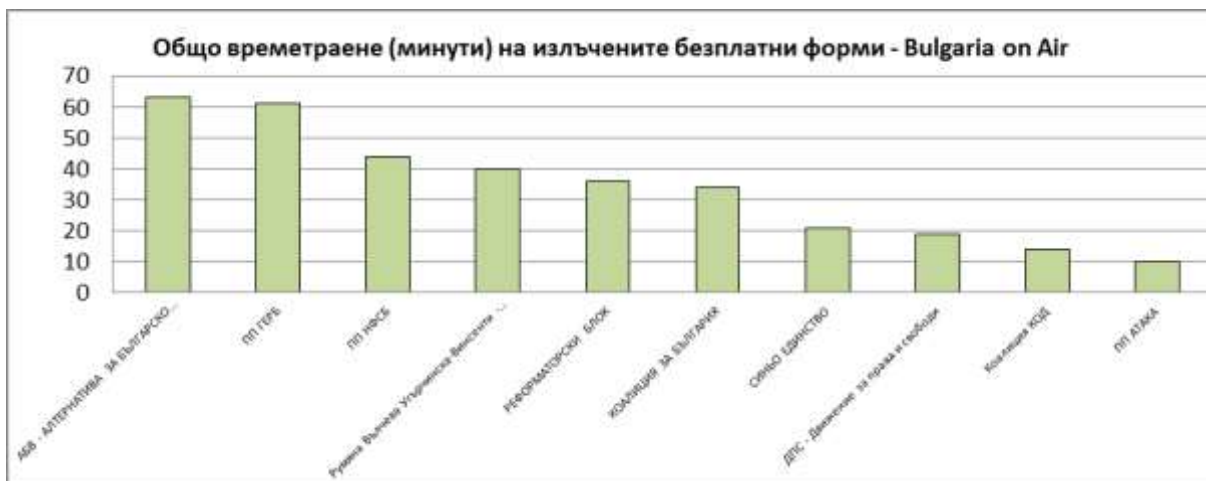
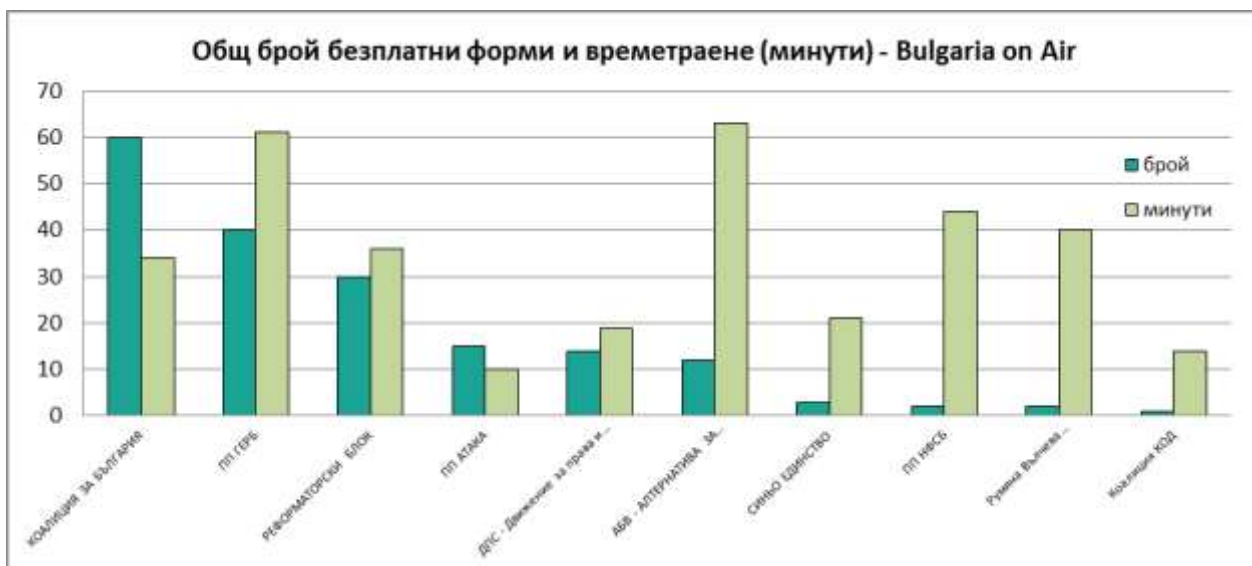


Таблица със съотношение брой и минути на безплатните форми по партии:

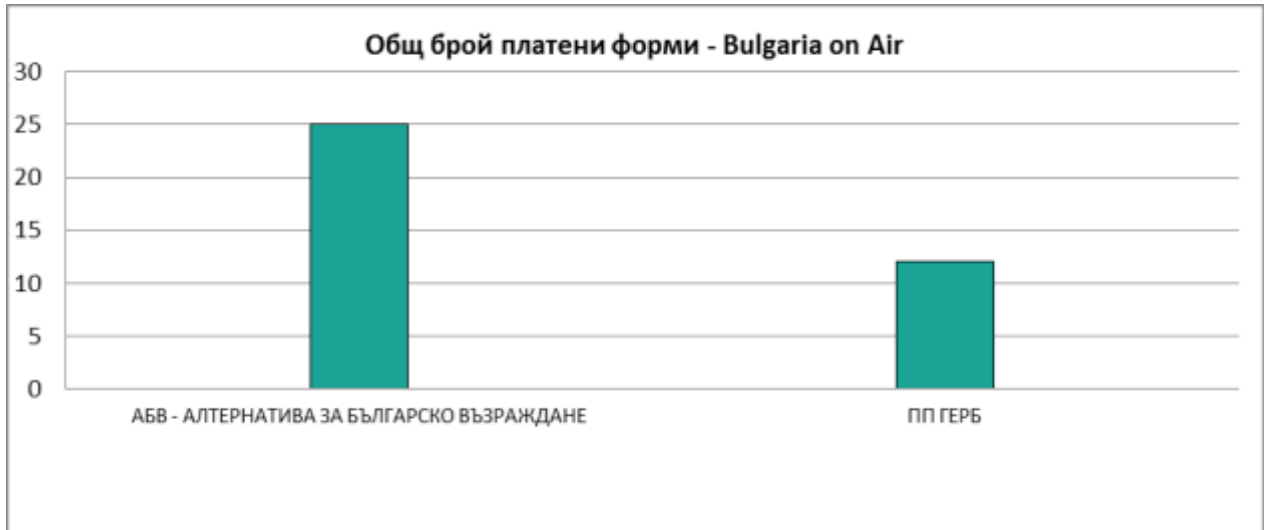




Платени форми по партии в програмата: общо за всички за периода - 37 бр.
Видове: клипове- 37 бр.

№ 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ- 25 бр.

№ 18 ПП ГЕРБ - 12 бр.



Ефирно време в платени форми по партии в програмата: общо 37 мин.

№ 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ- 25 мин.

№ 18 ПП ГЕРБ-12 мин.

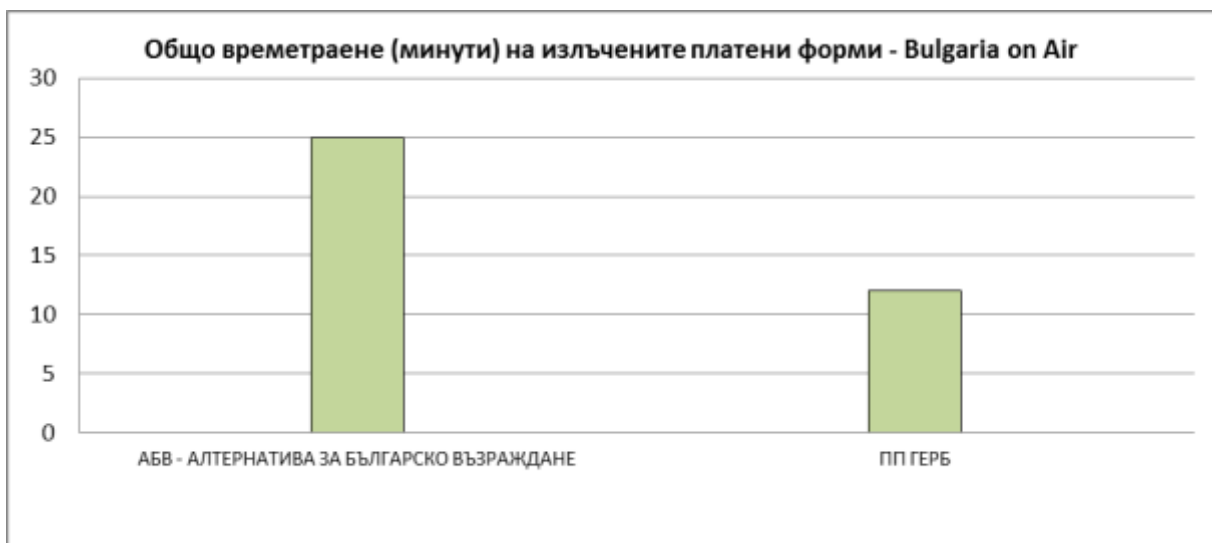
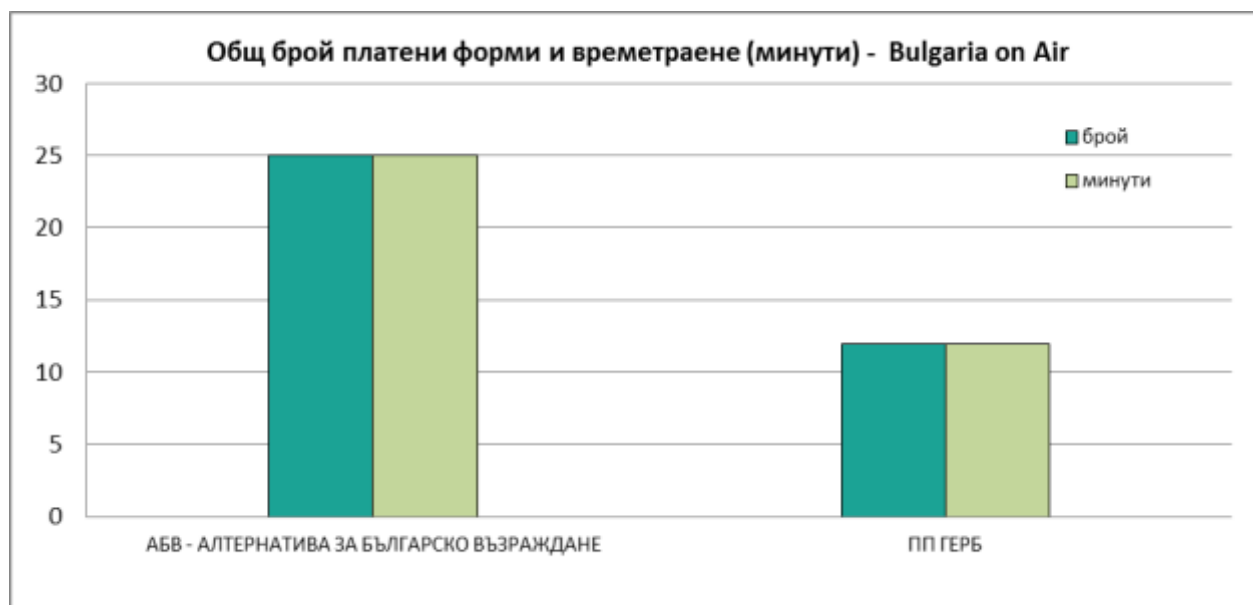


Таблица със съотношение брой и минути на платените форми по партии:



КАНАЛ 3



Безплатни форми по партии в програмата (репортажи): 141 броя:

№ 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН – 54 бр.

№18 ПП ГЕРБ -26 бр.

№ 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ – 24 бр.

№ 12 ПП БАСТА – 10 бр.

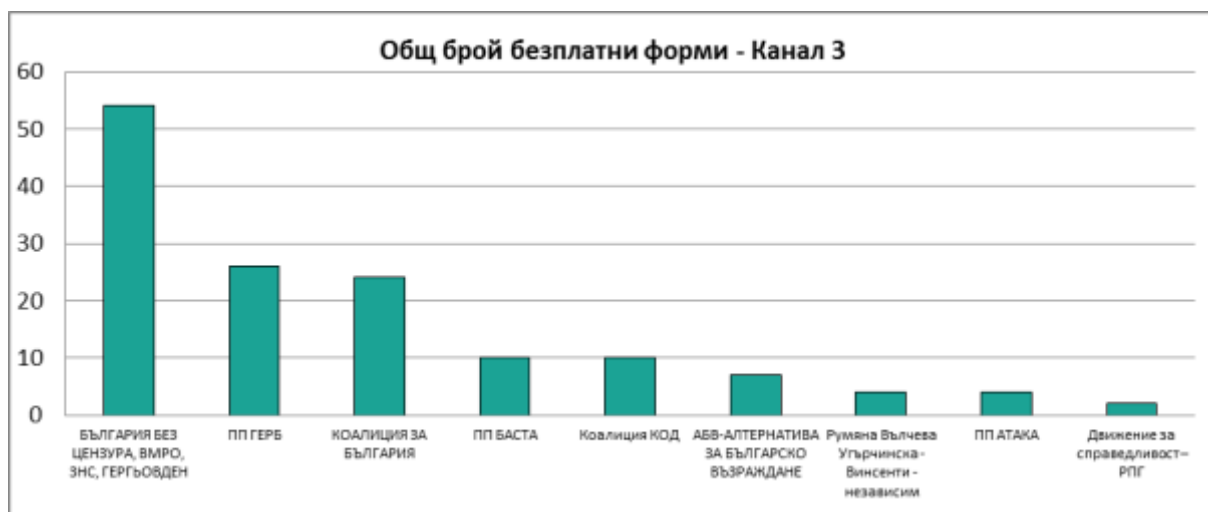
№ 17 Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП – 10 бр.

№ 13 АБВ-АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 7 бр.

№ 26 Румяна Вълчева Угърчинска - Винсенти - независим – 4 бр.

№ 20 ПП АТАКА – 4 бр.

Забележка: В тази програма всички материали, свързани с изборите са поместени след заставките за Евроизбори 2014 и „купуването и продаването на гласове е престъпление“. Някои репортажи са с надпис за платено съдържание, други не. Информация за договорите за агитационни материали са поместени на 19.05.2014 (извън определения в ИК срок за оповестяване от сключването) и в този смисъл не може да се направи категоричен извод кои точно форми на агитация са платени и кои не. При всяка агитационна форма, излъчена от Канал 3 има звуков сигнал, че купуването и продаването на гласове е престъпление, но това е различно условие на ИК (чл.183, ал.2) от изискването за визуално отделяне на платеното съдържание (чл.179). Поради факта, че някои материали са с надпис за платено съдържание, а други не, макар всички да са между кашове за Евроизбори, необозначените като платени материали наблюдението приема за безплатни форми (информацията по договорите също не дава необходимата информация).





Ефирно време на безплатните форми по партии в програмата: 5 693 мин.

№ 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН - 2868 мин.

№ 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 803 мин.

№ 13 АБВ-АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 448 мин.

№ 12 ПП БАСТА – 382 мин. – репортаж, 62 мин. – интервю.

№ 18 ПП ГЕРБ - 387 мин.

№ 17 Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП - 288 мин.

№ 20 ПП АТАКА - 273 мин.

№ 26 Румяна Вълчева Угърчинска - Винсенти - независим - 180 мин.

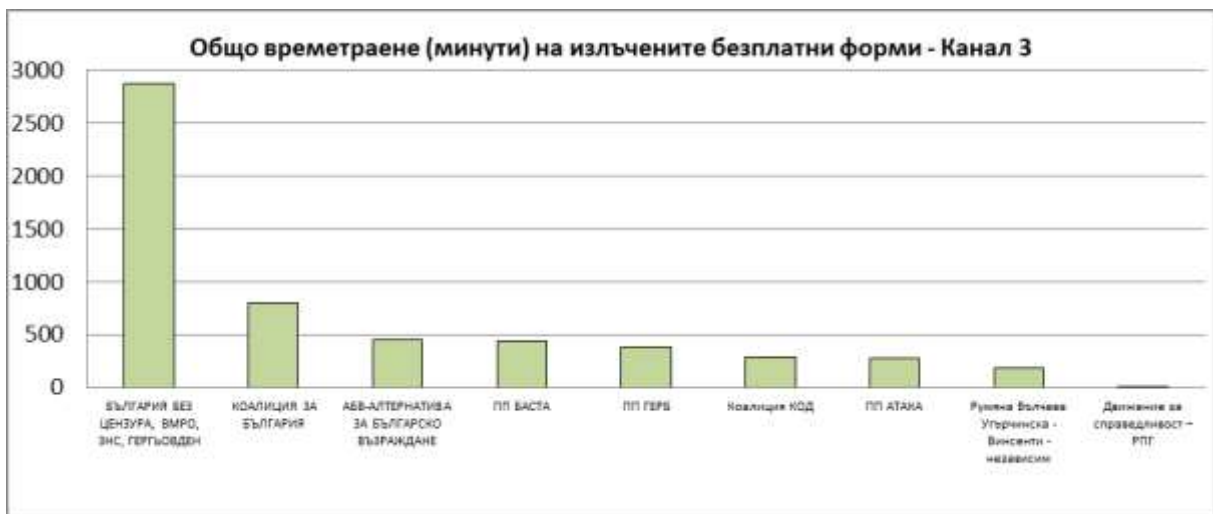
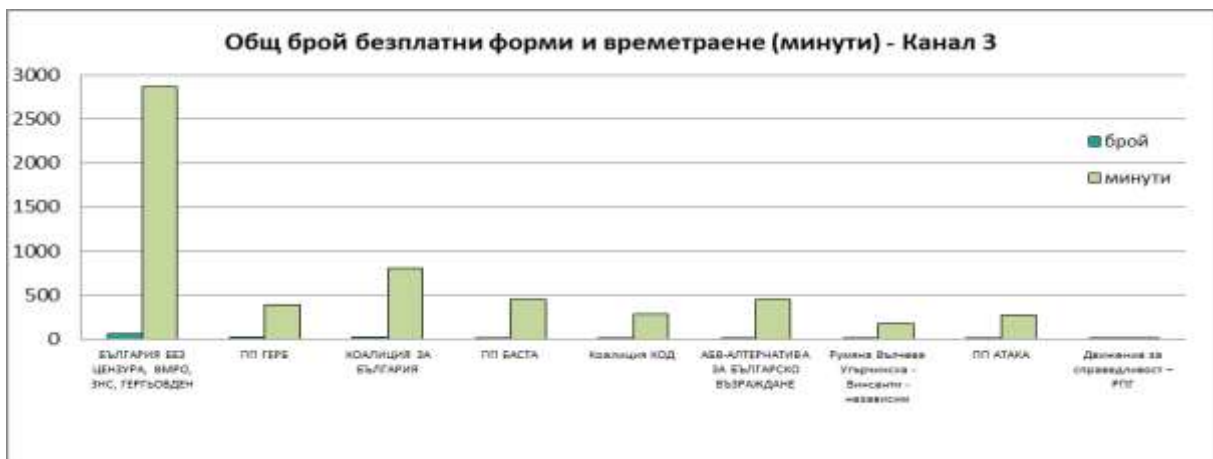


Таблица със съотношение брой и минути на безплатните форми по партии:





Платени форми по партии, поместени в програмата: общо за всички за периода - 161 броя. Видове: 124 репортажа и 37 бр. клипове.

№ 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ – 50 бр. репортажи, клип-10 бр., общо 60 броя.

№ 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН – 26 бр.

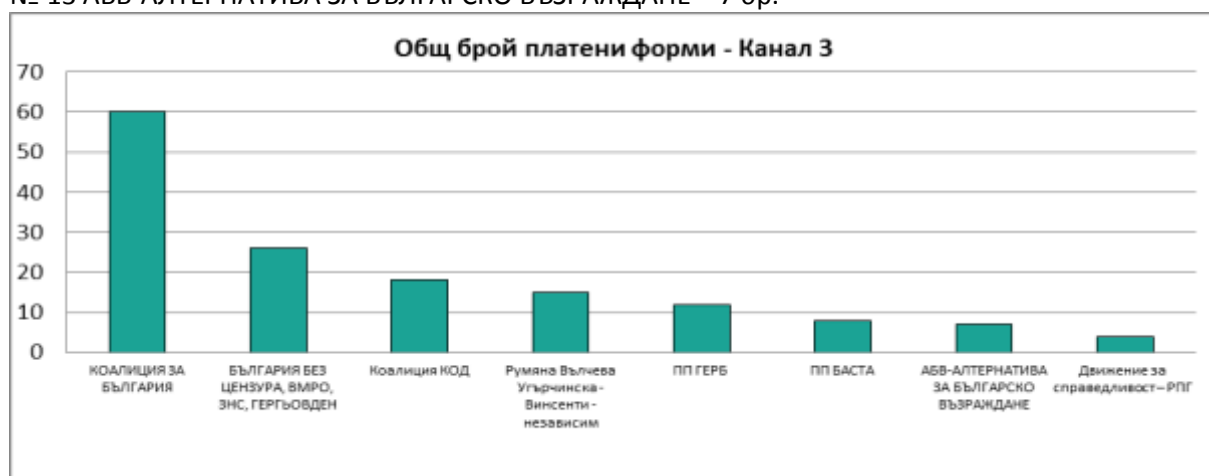
№ 17 Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП – 8 бр. репортажи, клип – 10 бр., общо 18 бр.

№ 26 Румяна Вълчева Угърчинска - Винсенти - независим – клип – 15 бр.

№ 18 ПП ГЕРБ – 12 бр.

№ 12 ПП БАСТА – 6 бр. репортажи, клип – 2 бр., общо 8 бр.

№ 13 АБВ-АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ – 7 бр.



Ефирно време по партии в платени форми в програмата (репортажи и клипове): 1 793 мин.

№ 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН – 884 мин.

№ 17 КОАЛИЦИЯ КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП – 329 мин.- репортаж, 4 мин. – клип, общо 333 мин.

№ 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ – 153 мин.- репортаж, 74 мин. – клип, общо 227 мин.

№ 26 Румяна Вълчева Угърчинска - Винсенти - независим – 176 мин.- репортаж, 4 мин. – клип, общо 180 мин.

№ 18 ПП ГЕРБ -161 мин.

№ 12 ПП БАСТА –4 мин.- репортаж, 1мин. – клип.

№ 13 АБВ-АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 3 мин.

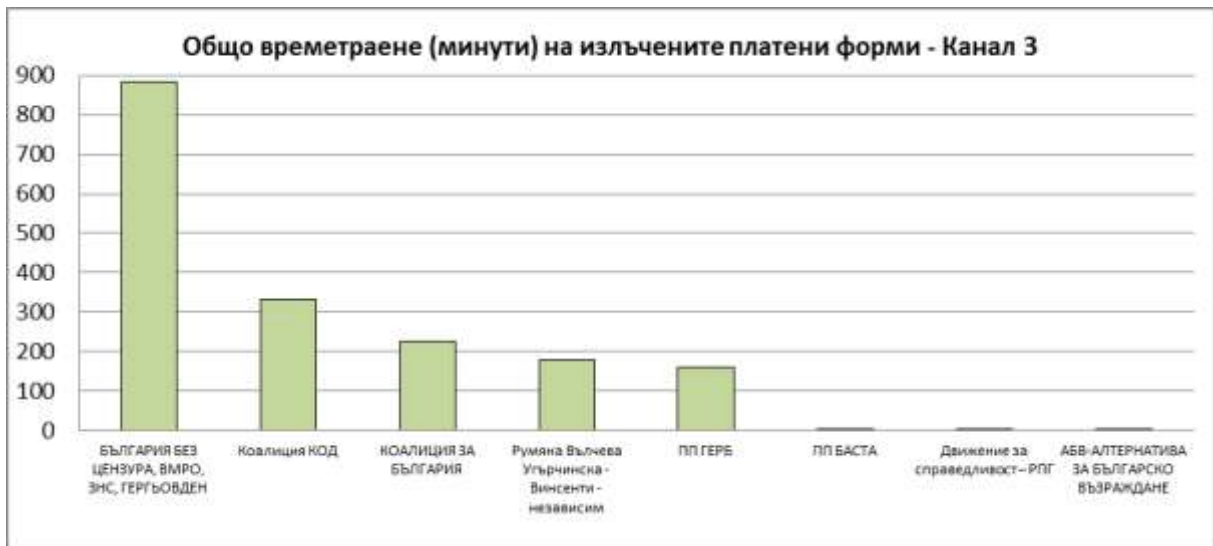


Таблица със съотношение брой и минути на платените форми по партии:



ТВ ЕВРОПА



Безплатни форми по партии в програмата (новини, актуално-публицистични предавания): 123 броя:

№18 ПП ГЕРБ - 51 бр.

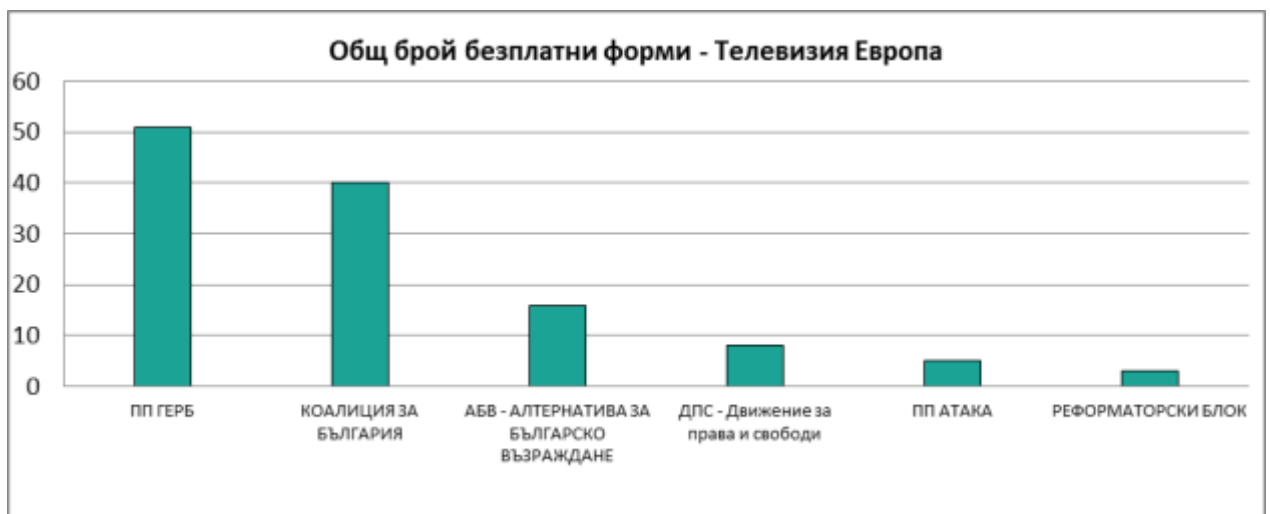
№15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 40 бр.

№13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 16 бр.

№29 ДПС - 8 бр.

№20 ПП АТАКА - 5 бр.

№10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 3 бр.



Забележка: В програма ТВ Европа тенденцията е същата като при Канал 3 - материалите с предизборна агитация са поместени между заставките за Евроизбори 2014, но няма визуален и/или звуков сигнал платени ли са или не. Само първа страница на договор с политическа партия ГЕРБ е поместена на сайта на медията и то на 13.05.2014 (като договора е от 24.04.2014 г.). От нея не могат да се определят вида и броя агитационни материали, жанр, място в програмата и пр. - записано, че става дума за PR материали-т.е. не може да се разграничат и чрез договора платени от безплатни форми. Поради факта, че някои материали са с надпис за платено съдържание, а други не, макар всички да са между кашове за Евроизбори, необозначените като платени материали наблюдението приема за безплатни форми (информацията по договорите също не дава необходимата информация).



Ефирно време на безплатните форми по партии в програмата: 148 мин.

№18 ПП ГЕРБ - 60 мин.

№13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 45 мин.

№15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 36 мин.

№29 ДПС - Движение за права и свободи - 2 мин.

№20 ПП АТАКА - 2 мин.

№10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 3 мин.

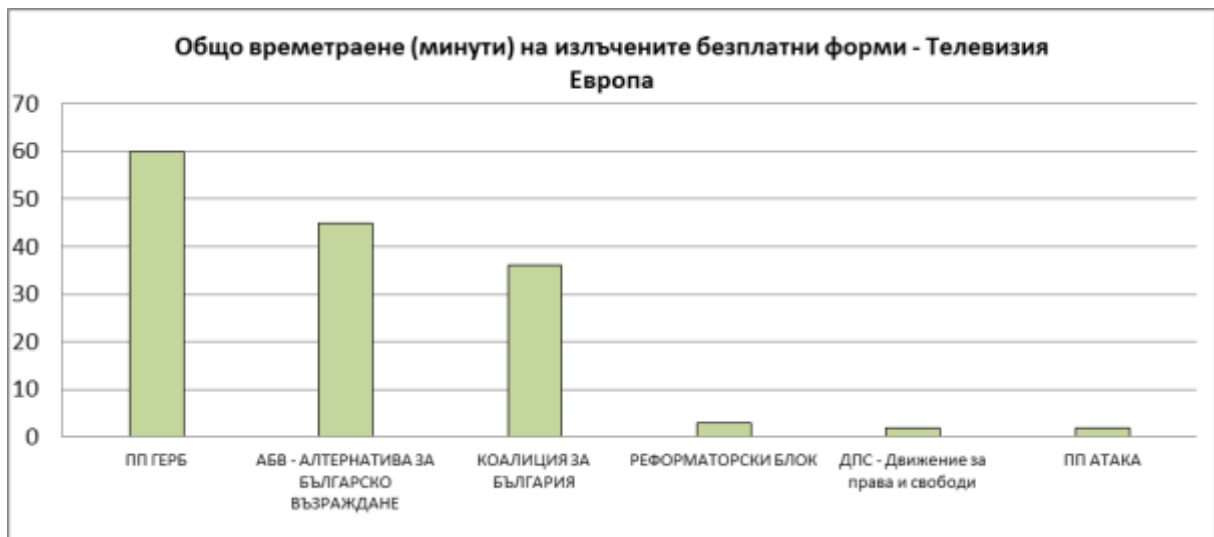
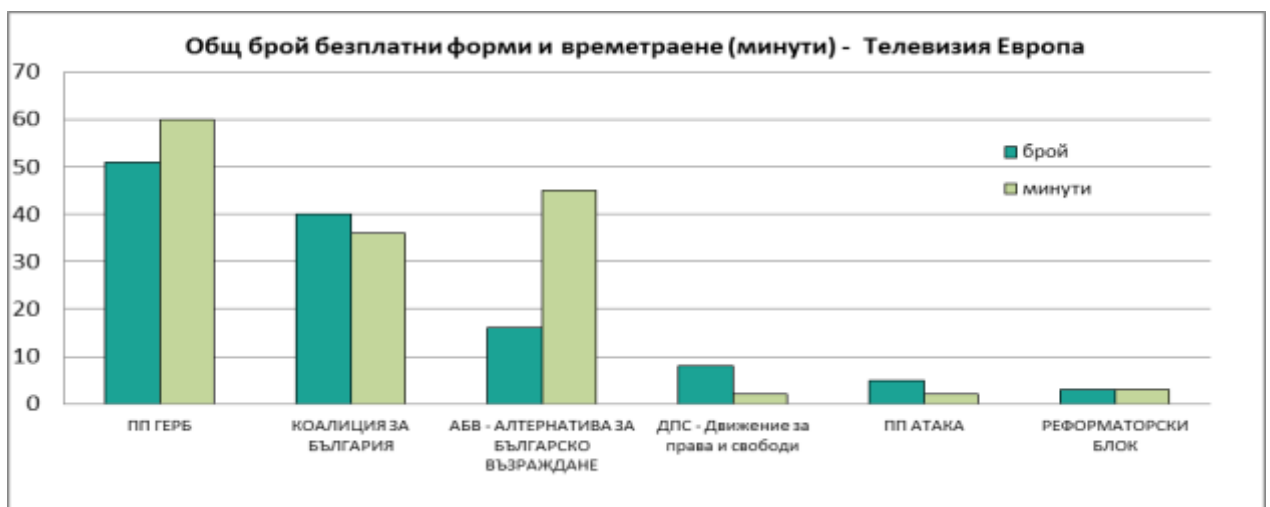


Таблица със съотношение брой и минути на безплатните форми по партии:





Платени форми по партии в програмата: общо за периода – 124 броя. Видове: 82 репортажа, 9 интервюта и 33 клипове .

№ 18 ПП ГЕРБ – 113 бр. (репортажи – 73 бр., клипове - 33 бр., интервюта – 7 бр.).

№ 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – 5 бр. (репортажи – 3 бр., интервюта – 2 бр.).

№ 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ – 3 бр. (репортажи)

№ 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 3 бр. (репортажи)



Ефирно време по партии в платени форми в програмата (репортажи и клипове):
401 мин.

№ 18 ПП ГЕРБ - 343 мин.

№ 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 48 мин.

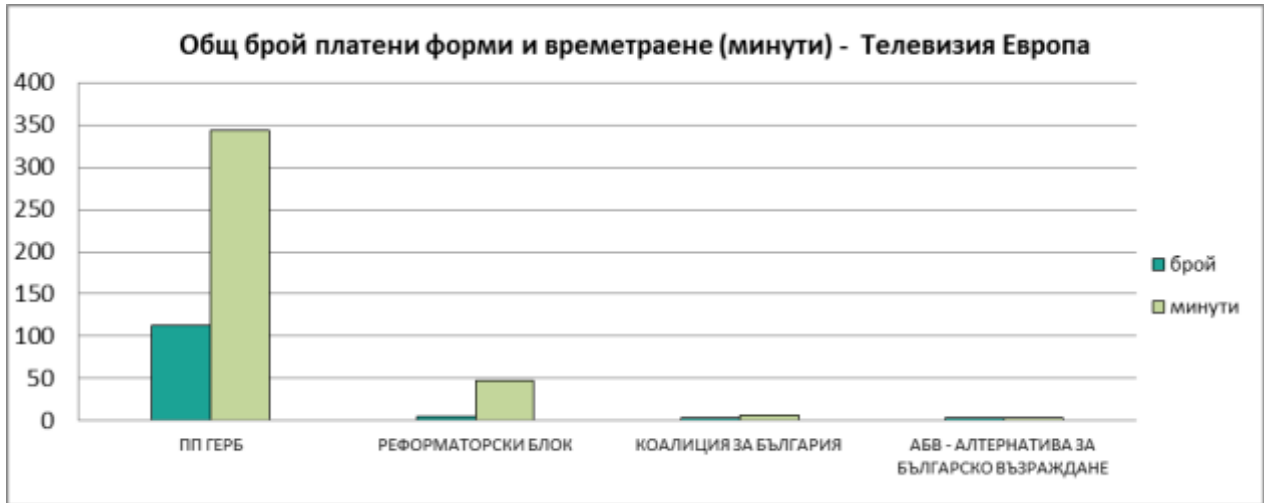
№ 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 6 мин.

№ 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 4 мин.





Таблица със съотношение брой и минути на платените форми по партии:

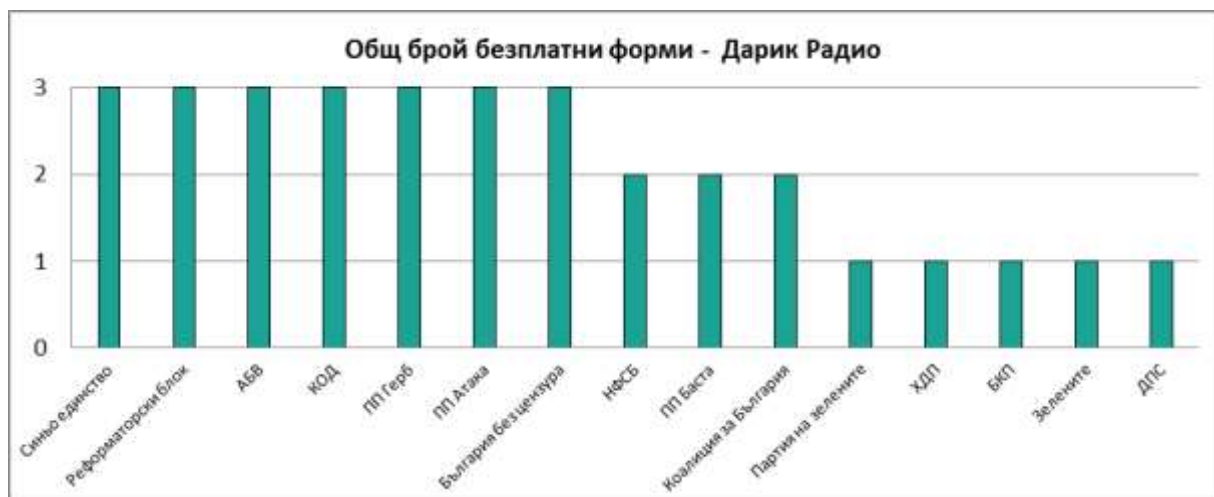


Дарик радио – България (национална програма)



Безплатни форми по партии в програмата: общо 32 броя

- № 9 Синьо единство - 3 бр.
- № 10 Реформаторски блок - 3 бр.
- № 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ - 3 бр.
- № 17 КОАЛИЦИЯ КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП - 3 бр.
- № 18 ПП ГЕРБ - 3 бр.
- № 20 ПП Атака - 3 бр.
- № 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН - 3 бр.
- № 11 НФСБ - 2 бр.
- № 12 ПП Баста - 2 бр.
- № 15 Коалиция за България - 2 бр.
- № 3 Партия на зелените - 1 бр.
- № 6 ХДП - 1 бр.
- № 25 БКП - 1 бр.
- № 27 Зелените – 1 бр.
- № 29 ДПС - 1 бр.



Забележка: Платени форми се срещат в новинарските емисии - има стойност в Тарифата за вестии. Вестите за предизборната кампания не са изведени от новините, не са ясно отделени чрез звукови средства, които да указват по подходящ начин, че материалът е във връзка с „Избори 2014“ и е платен. Хрониките, са поместени между отделните модули във вечерния пояс в програмата без да са обозначени със звуков сигнал за Евроизбори 2014 г. и „Купуването и продаване на гласове е престъпление“. Безплатните участия се обвързват от закупилите кандидати и партии ефирно време, което представлява обвързване на безплатните форми с платеното участие. Клиповете като предизборна агитация, които са със сигурност платени, са обозначени с звуков сигнал за избори 2014 г. и съобщението, че купуването и продаването на гласове е престъпление. Информацията за договорите с политически сили, поместена в сайта на радиото, дава данни за партия и обща сума, но не разграничава ясно отделните форми и място на поместване в програмата, за да се направи категоричен извод платени или безплатни са. Същите са свалени от сайта преди да се оповестят резултатите от изборите.

Ефирно време на безплатните форми по партии в програмата: общо 605 мин.

№ 20 Атака - 62 мин.

№ 29 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН - 62 мин.

№ 17 КОАЛИЦИЯ КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП - 61 мин.

№10 Реформаторски блок - 60 мин.

№13 АБВ - 60 мин.

№18 ПП ГЕРБ - 60 мин.

№ 9 Синьо единство - 58 мин.

№ 11 НФСБ - 39 мин.

№12 Баста - 37 мин.

№15 Коалиция за България – 36 мин.

№ 29 ДПС – 22 мин.

№ 27 ПП Зелените -21 мин.

№ 3 Партия на зелените – 20 мин.

№25 БКП -18 мин.

№6 ХДП – 18 мин.

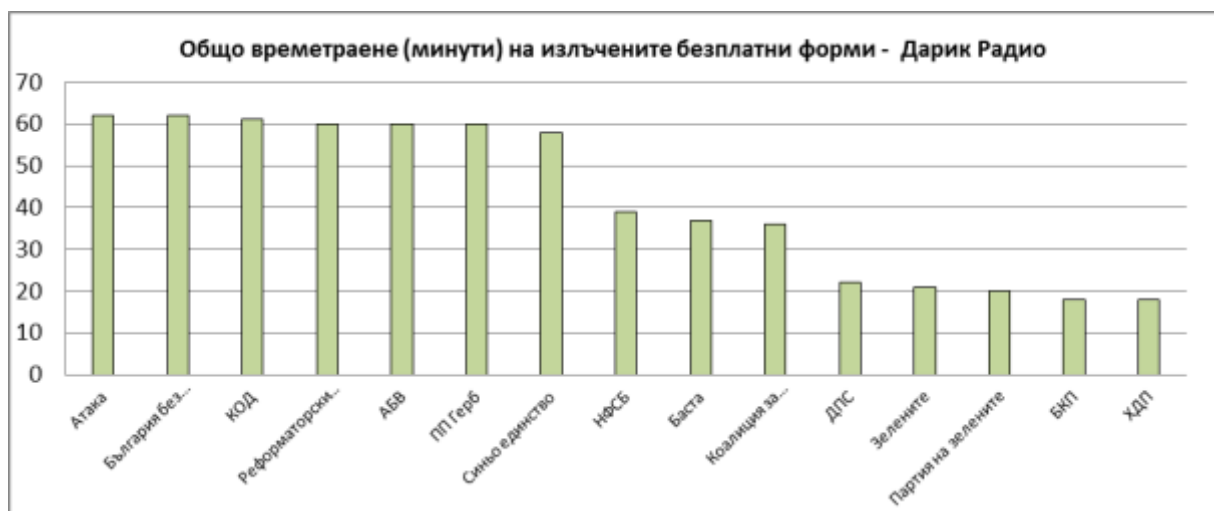
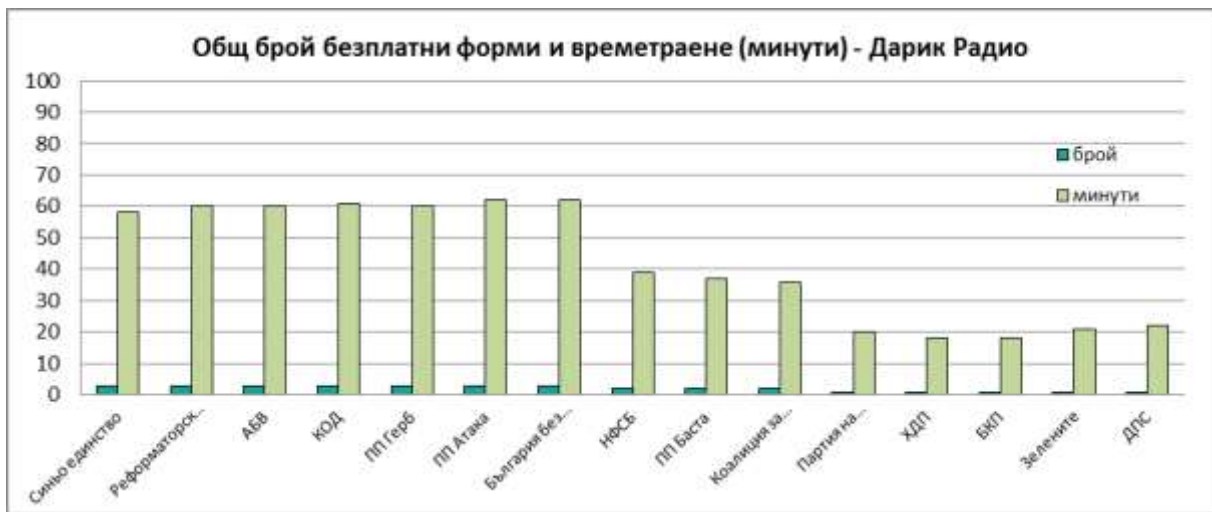
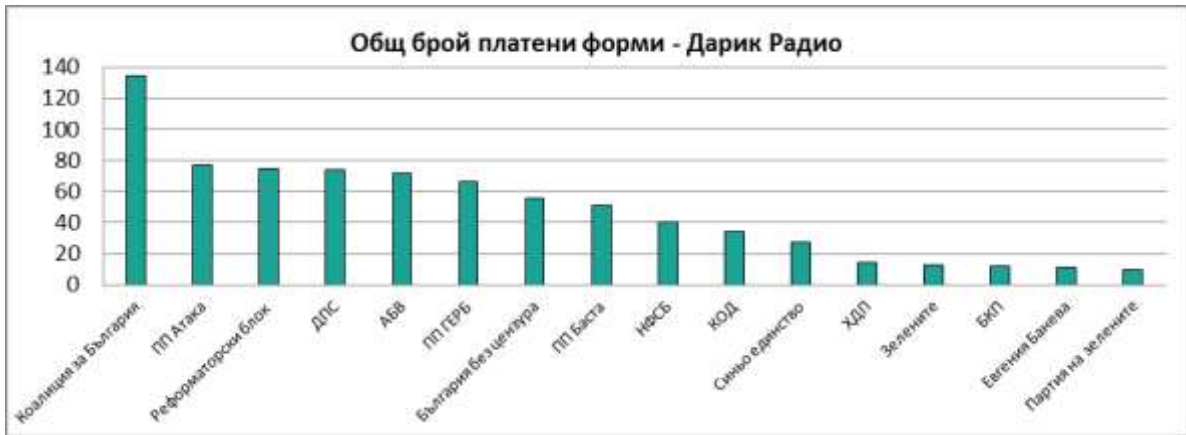


Таблица със съотношение брой и минути на безплатните форми по партии



Брой платени форми по партии, поместени в програмата: общо за всички за периода 770 бр. Видове- клипове (501 бр.), хроники (109 бр.) , вести (160 бр.)

- № 15 Коалиция за България – 134 бр.
- № 20 ПП Атака – 77 бр.
- №10 Реформаторски блок – 75 бр.
- № 29 ДПС -74 бр.
- №13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ – 72 бр.
- № 18 ПП ГЕРБ – 66 бр.
- № 28 България без цензура – 56 бр.
- № 12 ПП Баста – 51 бр.
- № 11 ГФСБ – 40 бр.
- № 17 КОД – 34 бр.
- № 9 Синьо единство – 27 бр.
- № 6 ХДП – 14 бр.
- №27 Зелените – 13 бр.
- № 25 БКП – 12 бр.
- №19 Евгения Банева – 11 бр.
- № 3 Партия на зелените - 10 бр.



Платени форми по партии в програмата: общо 838 минути. Видове - клипове (162 мин.), хроники (530 мин.), вестии (139 мин.)

№ 15 Коалиция за България -229 мин.

№20 Атака – 89 мин.

№10 Реформаторски блок – 81 мин.

№13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ -79 мин.

№28 България без цензура -76 мин.

№18 ГЕРБ – 66 мин.

№ 29 ДПС – 50 мин.

№12 Баста – 43 мин.

№ 9 Синьо единство 35 мин.

№ 17 КОАЛИЦИЯ КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП -29 мин.

№ 11 НФСБ -28 мин.

№6 ХДП – 16 мин.

№3 Партия на зелените -5 мин.

№ 19 Евгения Банева – 5 мин.

№ 27 Зелените – 4 мин.

№ 25 БКП – 3 мин.

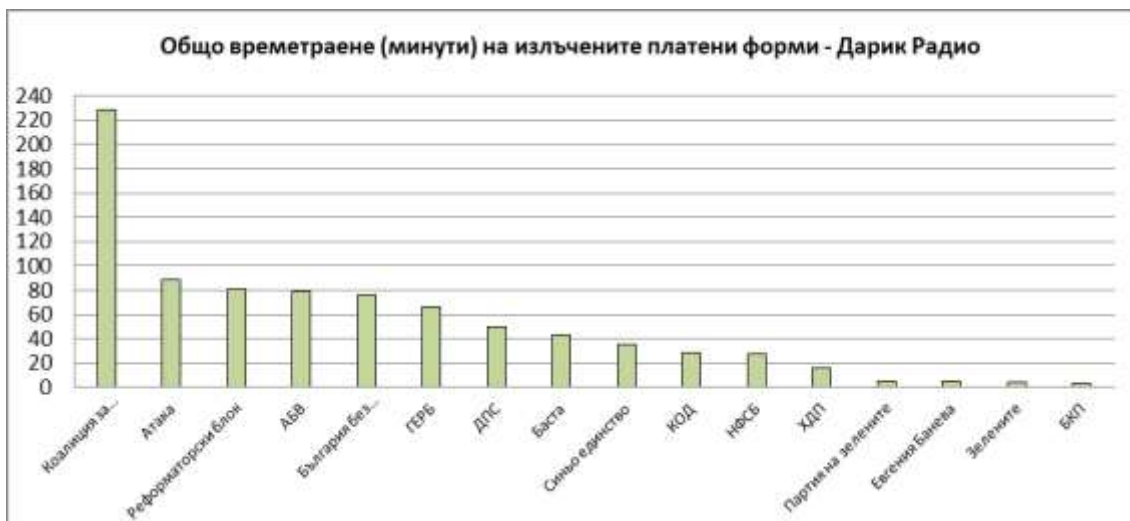
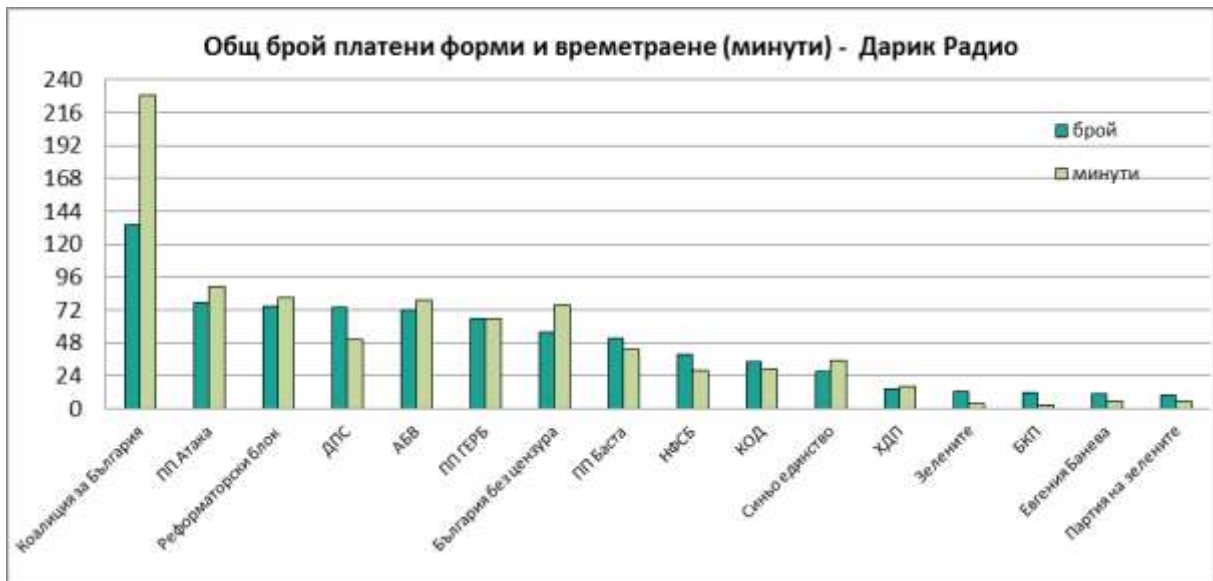


Таблица със съотношение брой и минути на платените форми по партии



РАДИО К 2



Безплатни форми по партии в програмата: общо 41 броя

№ 18 ПП ГЕРБ – 15 броя

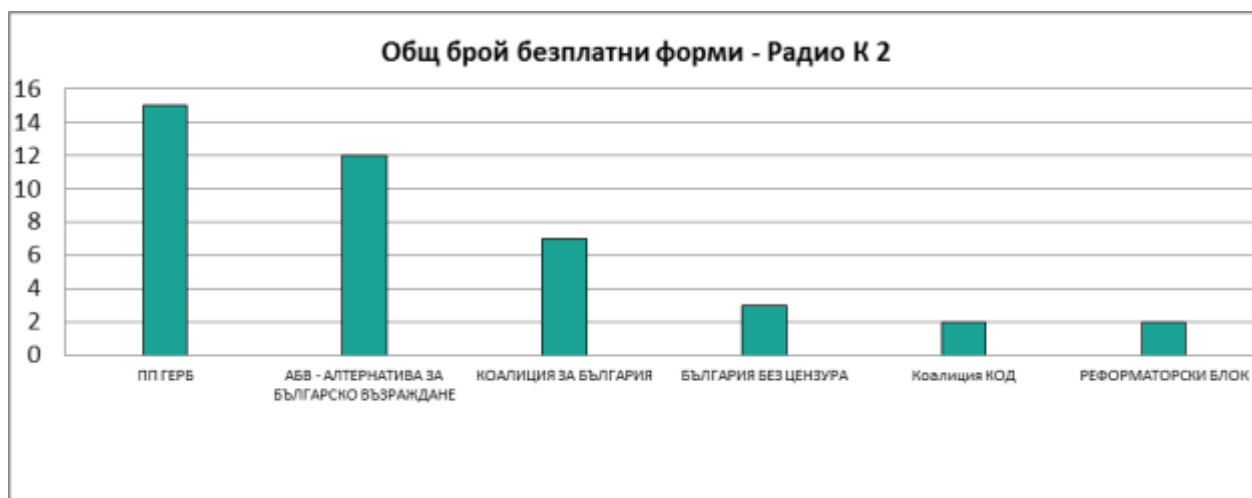
№ 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ – 12 броя

№ 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ – 7 броя

№ 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 2 броя

№ 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН – 3 броя

№ 17 Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП – 2 броя



Забележка: приемат се за безплатни форми, тези за които няма обозначение, че са платени-предимно поместени в новини в сутрешните часове. При Радио К2 единствено в новините в сутрешните часове 7-8 часа е поместена информация на предизборна тематика извън кашове за Евроизбори и „Купуването и продаване на гласове е престъпление“.



Ефирно време на безплатните форми по партии в програмата: общо 44 мин.

№ 18 ПП ГЕРБ – 21 минути

№ 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ – 10 минути

№ 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ – 7 минути

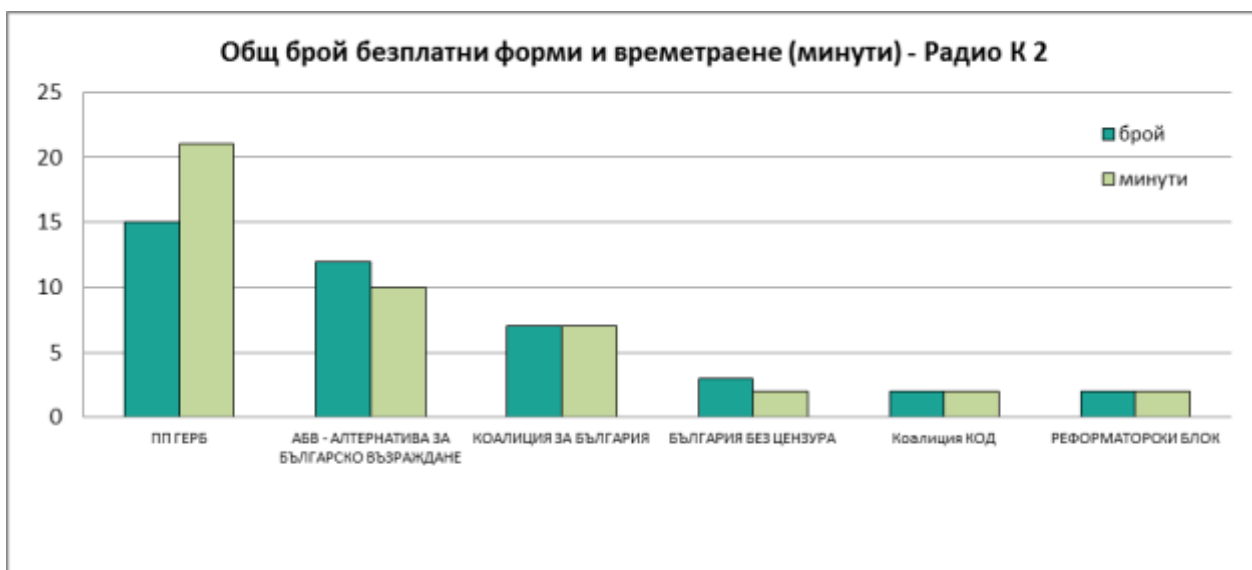
№ 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 2 минути

№ 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН – 2 минути.

№ 17 Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП – 2 минути



Таблица със съотношение брой и минути по партии

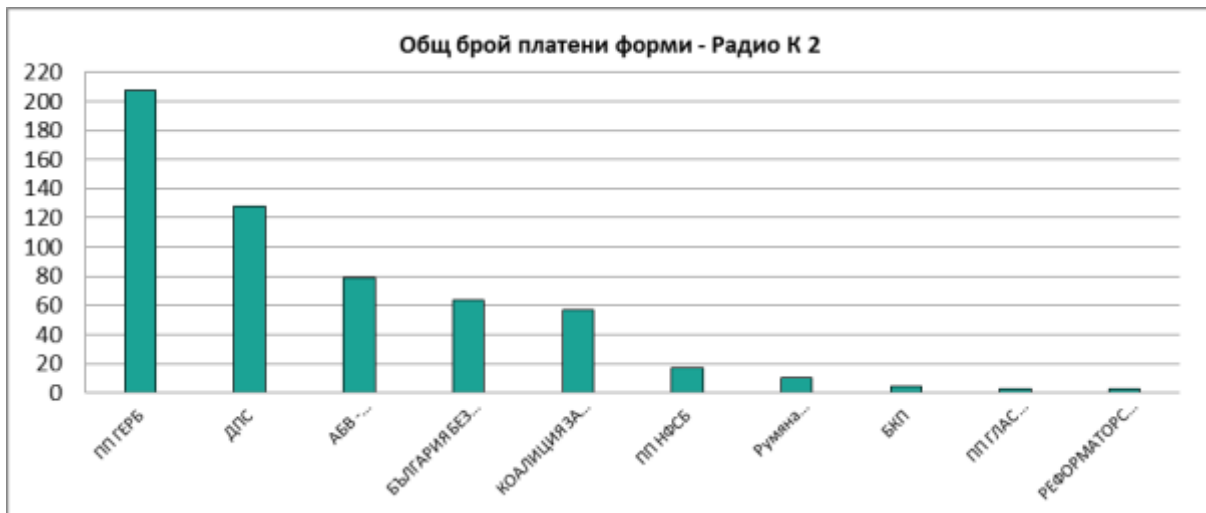


Брой платени форми по партии в програмата: общо за всички за периода 517 бр. Видове платени форми - репортажи (10 бр.), клипове (235 бр.), дебати (18 бр.), интервюта (252 бр.). Графиката по-долу, освен абсолютната бройка дебати, отчита отделното участие на партии и кандидати.

№ 18 ПП ГЕРБ – 208 бр.

№ 29 ДПС – 128 бр.

- № 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ – 79 бр.
- № 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН – 64 бр.
- № 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 57 бр.
- № 11 ПП НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ (ПП НФСБ) – 17 бр.
- № 26 Румяна Вълчева Угърчинска-Винсенти – независим – 10 бр.
- № 25 БКП – 4 (само в дебати)
- № 2 ПП ГЛАС НАРОДЕН – 3 бр.
- № 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 3 бр.



Забележка: не за всички партии за платените форми има поместени договори на сайта. Звуковият сигнал, разделящ тези материали е за Евроизбори 2014 и „Купуването и продаването на гласове е престъпление“. Този подход дава основание поместените материали в кашовете евентуално да се свързват с платено съдържание. Липсва звуков сигнал за изрично платено съдържание. На страницата на Радио К2 са оповестени договори с ПП ГЕРБ, Глас Народен БЦ, БСП и БКП, като информацията не е представена в тридневен срок от подписването на съответния договор. Има партии и кандидати, за които няма оповестени договори, като напр. за ПП ДПС, за която формите са безусловно платени-клипове, но договор липсва.



Ефирно време на платени форми по партии в програмата: общо 3345 минути. Видове платени форми-репортажи (191 мин.), клипове (117 мин.), дебати (1460 мин.), интервюта (1577 мин.)

- № 18 ПП ГЕРБ – 1225 мин.
- № 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ – 869 мин.
- № 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 522 мин.
- № 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН – 363 мин.
- № 11 ПП НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ (ПП НФСБ) - 340 мин.
- № 29 ДПС – 103 мин.
- № 25 БКП – 80 мин.
- № 2 ПП ГЛАС НАРОДЕН – 60 мин.
- № 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 55 мин.

№ 26 Румяна Вълчева Угърчинска-Винсенти – независим – 48 мин.

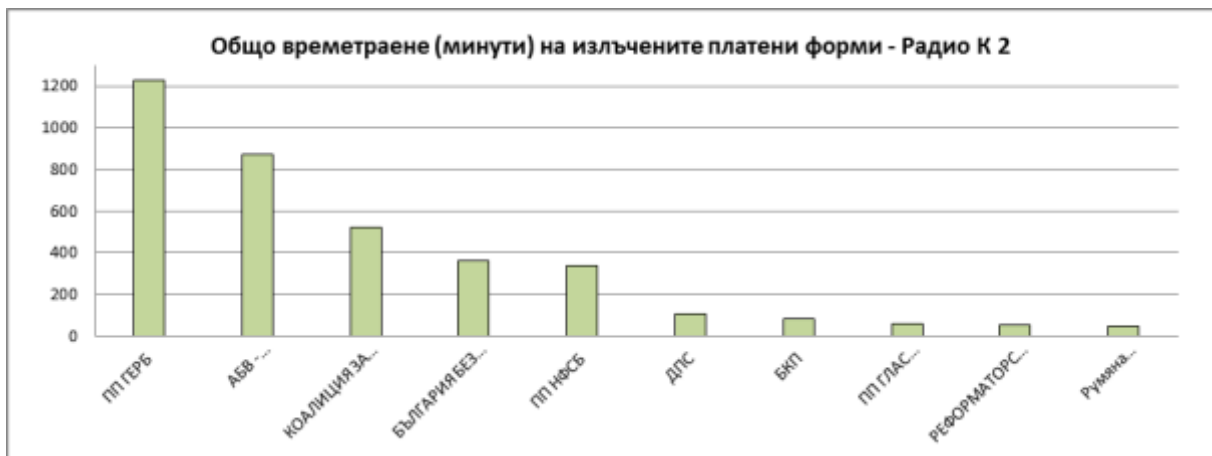
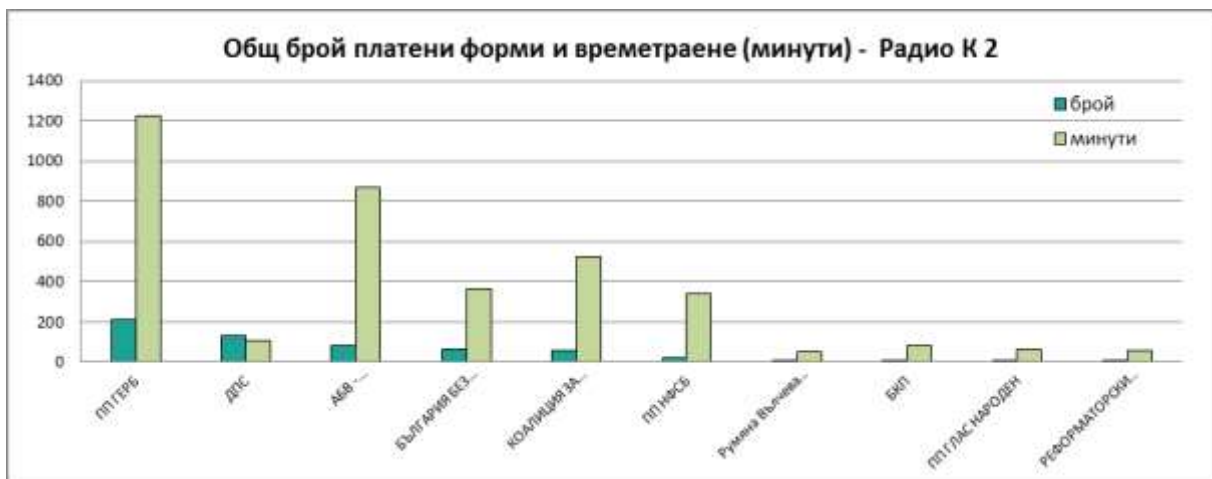


Таблица със съотношение брой и минути на платените форми по партии



Радио верига Фокус

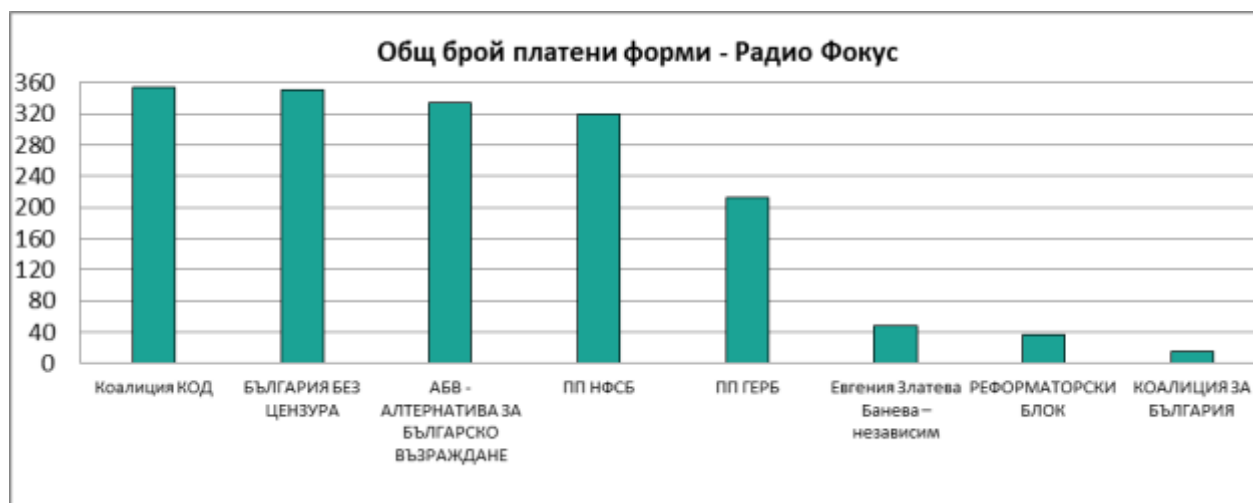
Брой безплатни форми по партии в програмата не са констатирани поради нечетивни договори и поради факта, че всички агитационни форми са поместени между кашове Евроизбори 2014 и „Купуването и продаването на гласове е престъпление“. Липсва изцяло наличие на звуков сигнал за платено съдържание. В Тарифата са предвидени цени за всички предизборни форми, включително и вести.



Radio Network

Платени форми по партии в програмата: общо за всички за периода 1832 бр.

№ 17 Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП № 18 ПП ГЕРБ – 354 бр.
№ 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЪОВДЕН – 351 бр.
№ 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ – 334 бр.
№ 11 ПП НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ (ПП НФСБ) - 320 бр.
№ 18 ПП ГЕРБ - 212 бр.
№ 19 Евгения Златева Банева – независим – 48 бр. /само клипове/
№ 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – 37 бр. /само клипове/
№ 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 15 бр.

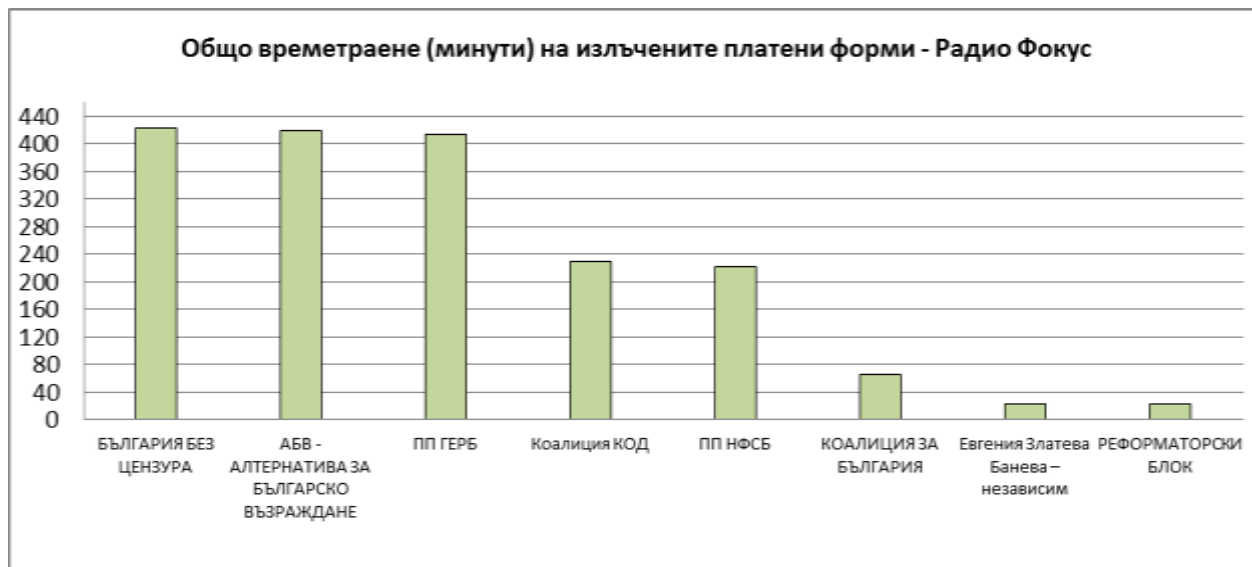


Radio Network

Платени форми по партии в програмата: общо 1821 мин.

№ 28 БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЪОВДЕН - 424 мин.
№ 13 АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ – 420 мин.
№ 18 ПП ГЕРБ – 413 мин.
№ 17 Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП – 230 мин.
№ 11 ПП НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ (ПП НФСБ) – 222 мин.
№ 15 КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ - 65 мин.

№ 19 Евгения Златева Банева – независим – 24 мин.
 № 10 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – 23 мин.



Radio Network

Таблица със съотношение брой и минути на платените форми по партии



СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

НАБЛЮДЕНИЕ - ОБОБЩЕНИ РЕЗУЛТАТИ

Избори за
Европейски
Парламент

2014



Обществен доставчик
на аудиовизуални
услуги-БНТ

Обществен доставчик
на радиоуслуги-БНР

25. 04. – 25. 05. 2014 г.



За **националните обществени доставчици на медийни услуги - БНТ и БНР**, освен в ЗРТ, и в индивидуалните лицензии има разписано императивно **задължение за отразяване на различните идеи и убеждения в обществото чрез плурализъм на гледните точки** във всяко от новинарските и актуално-публицистичните предавания с политическа и икономическа тематика. В този смисъл, темата за плурализма е базова за провеждането на наблюдението. С оглед обхващане на всички социални групи, включително и групи от населението в неравностойно положение – със слухови и зрителни проблеми, БНТ осигури възможност за възприемане на предизборните агитационни послания и от тях. Спазването на това условие, особено за дейността на БНТ в предизборна кампания и специално в часовете на праймтайма, също съставлява обект на надзор от страна на СЕМ.

Наблюдението обхваща 14 програми с национален и регионален обхват, създавани и разпространявани от националните обществени доставчици на медийни услуги БНТ и БНР.

- | | | | |
|----|------------------------|-----|-------------------------|
| 1. | БНТ 1. | 8. | БНР Радио Бургас. |
| 2. | БНТ 2. | 9. | БНР Радио Варна. |
| 3. | БНТ Свят. | 10. | БНР Радио Видин. |
| 4. | БНТ HD. | 11. | БНР Радио Пловдив. |
| 5. | БНР Хоризонт. | 12. | БНР Радио София. |
| 6. | БНР Христо Ботев. | 13. | БНР Радио Стара Загора. |
| 7. | БНР Радио Благоевград. | 14. | БНР Радио Шумен |

Мониторингът е изцяло съобразен с часовете, фиксирани в **Споразуменията за реда и условията на отразяване на предизборната кампания в програмите на БНР и БНТ**, подписани от съответните ръководства и упълномощените представители на партиите, коалициите от партии и инициативните комитети, регистрирали в ЦИК кандидати за участие в изборите за членове на Европейския парламент.

Докладът обобщава резултатите от наблюдението върху програмите на **БЪЛГАРСКОТО НАЦИОНАЛНО РАДИО и БЪЛГАРСКАТА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ** в рамките на предизборната кампания за Избори за членове на Европейския парламент в Република България.

Периодът на наблюдението обхваща дните от 25 април до 25 май 2014 г. Общият обем на наблюдението е близо 1 500 програмни часа.

ОБЩИ ИЗВОДИ:

1. Като се придържат към постигнатото споразумение с представителите на партиите, коалициите и инициативните комитети, регистрирали в ЦИК кандидати за участие в изборите, и съгласно разпорежданията на ЗРТ, националните обществени доставчици на медийни услуги БНР и БНТ спазват в програмите си изискванията на изборното законодателство и решенията на ЦИК, както и всички действащи нормативни актове, относими към провеждането на изборите. Не са констатирани нарушения на ЗРТ, вкл. на принципите на чл. 10.

Наблюдението на „Евроизбори 2014“ в програмите на БНР и БНТ налага основния извод за наличието на една **вяла и лишена от същностен дебат предизборна кампания** и за двата национални обществени доставчика. Еднообразието на форми, липсата на полемика, на повече журналистически, разработена и поднесена, тематика по проблемите на общността, принизяват смисъла ѝ и не я определят като достатъчно значима за широката аудитория, с изключение на т. нар. “твърд” електорат. **За пореден път не е постигната в достатъчна степен**

основната цел – благодарение на кампанията аудиторите да направят сами своя информиран избор;

2. БНР и БНТ отразяват **обективно и коректно** проявите на всички кандидати, регистрирани от партиите, коалициите от партии и инициативните комитети, при зачитане на тяхната равнопоставеност и значимост въз основа на правилата, приети от Централната изборителна комисия. Изискванията на чл. 6, ал.3. т. 6, 7, 8 от ЗРТ са спазени във всяко едно от предаванията, съдържащи модули на предизборна тематика както в програмите на БНТ, така и в тези на БНР. Като цяло, **спазени са професионалните стандарти и етика в условията на предизборната кампания**, защитено е правото на аудиторията да направи своя **информиран избор** чрез предлагането на безплатни форми на участие, спазени са изискванията за равнопоставеност, обективност и баланс при представянето на политическите субекти.

3. Налага се и изводът, че **разграничението на платеното съдържание от безплатното е по-ясно изразено в телевизионните програми на БНТ** – специален надпис информира, че излъчваните агитационни материали са платени. В по-голямата си част те се отделят от останалите програмни елементи със специални аудио-визуални сигнали “Европейски парламент 2014!”, “Избори за Европейски парламент 2014” или други варианти. Сходен е и изводът за търговските телевизии.

При **радиопрограмите на БНР** слушателят се ориентира кое предизборно съдържание е платено и кое безплатно единствено според анонса на водещите, които, съобразно изискванията на Споразумението, коректно обявяват като безплатни встъпителните и заключителните клипове, както и двата диспута, проведени на 10 и 11 май. Всички останали агитационни материали са платени, но няма изричен звуков сигнал за това, както изисква чл. 179 ИК. В ефира на БНР, както платените, така и безплатните форми на кампанията се излъчват в рамката на задължителната идентификация, в която е вписано и наименованието на рубриката “Европейски парламентарни избори 2014”.

4. **Положително в практиката на БНТ** по отношение на безплатните форми в предизборната кампания е, че тяхното времетраене надвишава това на платените. По бройки агитационни материали платените форми са над безплатните, но с по-къса продължителност.

В безплатното съдържание прави впечатление доминиращата роля на младите формации спрямо големите партии. Регистрираните партии, коалиции и независими кандидати участват при равни условия, определени в Споразумението между БНТ и тях. Условията са съобразени с Изборния кодекс, който задължава БНТ да предостави ефирно време на партиите, коалициите и инициативните комитети, регистрирани за участие в изборите, при зачитане на тяхната равнопоставеност и значимост. Полученият дисбаланс се дължи най-често на отказ на някоя политическа сила да се възползва от предоставена възможност. Ето само три примера: в предаването „Още от деня” на 25 април 2014 г, ПП ГЕРБ и КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ отказват участие, на 08 май има отказ на КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ за дебат с ПП Атака, а в последното издание на „Гласоводител”, КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ не изпрати свой представител, предоставяйки предварително подготвени отговори). В тази ситуация, другите участници в кампания се възползват от предоставеното им право и присъстват в повечето дискуссионни форми, което увеличава допълнително времето им участие.

Тази е и тенденцията при националните търговски телевизии (bTV, TV 7, News 7, Нова телевизия, Bulgaria on air).

При **БНР** безплатната форма доминира като времетраене само при диспутите, а общата констатация, от гледна точка на времетраене, е превес на платените над безплатни форми. Подобна характеристика се очертава и при някои радиопрограми на търговски медии.

5. **Констатира се еднообразие на ползваните форми – предимно клипове и хроники.** Предизборните акценти са рядкост и в регионалните програми на БНР – присъствието им е ограничено, което е знак, че политическите сили избягват участие в регионалния ефир. Много от регистрираните за изборите политически субекти не се възползват от предоставената им възможност за участие и в безплатните диспути.

6. Както в програмите на националните обществени доставчици БНТ и БНР, така и при търговските доставчици, всеки платен агитационен материал е придружен и с напомнянето, че купуването и продаването на гласове е престъпление. Това послание е отправено недвусмислено и разбираемо съгласно разпоредбата на Изборния кодекс. Не е констатирана агитация на друг език, освен на български. Няма излъчени анонимни материали. Не са налични и случаи на дискриминация на база пол, в условията на предизборна кампания. Не са констатирани излъчени агитационни материали, които застрашават живота и здравето на гражданите, частната, общинската и държавната собственост, както и материали, които накърняват добрите нрави, честта и доброто име на кандидатите. На 13 май Централната изборителна комисия спря предизборен клип на ПП АТАКА, излъчен на 12.05.2014 по БНТ1, в който светът е разделен на две, според ценностните си системи – евроатлантическите, в синьо, и православните, в червено. В клипа се съдържа противопоставяне, като на страната на европейските ценности се открояват педофилията, кръвосмешението, интервенцията, а на страната на православните християнски ценности са традицията, семейството, вярата. ЦИК установи нарушение на забраната за използване на агитационни материали, които накърняват добрите нрави в изборите за членове на Европейски парламент и постанови спиране излъчването на същия агитационен клип на ПП АТАКА в електронните медии и интернет.

7. **Не са констатирани случаи в търговска реклама да се отправят политически внушения** в полза или във вреда на една или друга партия, коалиция или инициативен комитет или кандидат.

8. Наблюдението не констатира случаи на неспазване на разпоредбата на чл. 18 ЗРТ относно предоставяне право на отговор, както за БНТ, така и за БНР. И в двете национални обществени медии запазват неутрално отношение към агитационния процес и партиите, коалициите и кандидатите, участници в него.

9. Съгласно изборните правила, всяко огласяване на резултати от допитвания до общественото мнение или на социологически проучвания, извършено чрез медийна услуга или по друг начин, трябва да съдържа и информация за възложителя на допитването или проучването, за организацията, извършила допитването или проучването, и за източниците на финансирането му. Изисква се тази информация да се представя пълно и ясно, като се излъчва веднъж в началото и веднъж в края на материала. Наблюдението констатира, че **в БНТ1 аудиторията получава пълната информация за възложителя на допитването или проучването, за източниците на финансирането му и за организацията, извършила допитването** – констатация, която е различна при търговските телевизии, при които по-често липсва някой от посочените по-горе елементи.

В програмите на БНР липсват в чист вид социологически проучвания и допитвания: по-скоро се предлага анализ и прогноза на базата на политологическа оценка на очакванията на експертите, а не на основата на декларативните нагласи на избирателите, които са обект на проучванията. В този смисъл няма констатирано неизпълнение от страна на БНР по спазване на разпоредбите на чл. 205, ал.1 от ИК.

10. **По БНТ 1 е констатирано участие на дете в клипа на ПП АТАКА,** показващ хора, на които партията е осигурила безплатно лечение. По отношение програмите на БНР, не са констатирани участия на деца в предизборни материали.

БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО РАДИО

Съгласно общите разпоредби на Споразумението за безплатно излъчване са определени встъпителните клипове по т. 2.2., заключителните клипове по т. 2.3. и диспутите по т. 3.5. и т. 3.7.

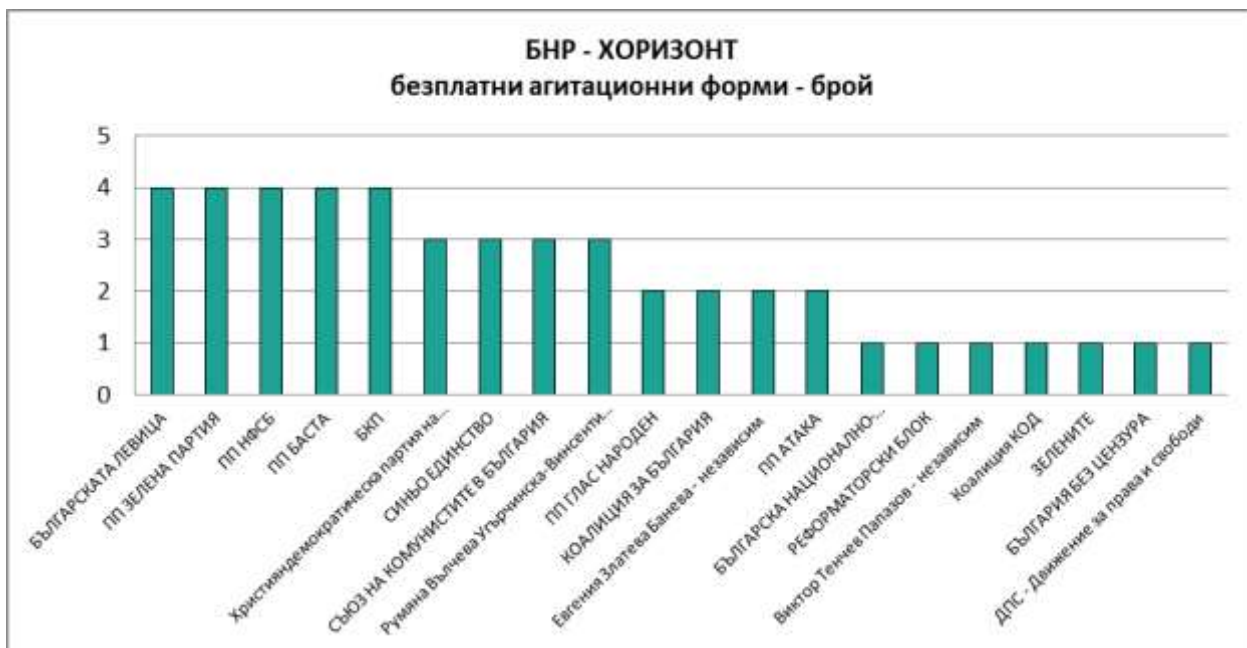
НАЦИОНАЛНИ ПРОГРАМИ „ХОРИЗОНТ“ и „ХРИСТО БОТЕВ“: ПРОГРАМА „ХОРИЗОНТ“

БЕЗПЛАТНИ ФОРМИ – съгласно изискванията на ИК, кампанията започна на 25 април, петък, след информационната емисия в 10:00 ч., с излъчването на встъпителните клипове, с поредност, съгласно изтегляния в ЦИК жребий, на основание чл. 192, ал. 1 от Изборния кодекс. В рамките на предвиденото времетраене до 40 сек., от регистрираните 24 партии, коалиции и инициативни комитети, клипове излъчиха 10: 1. Виктор Папазов (№16); 2. ПП ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ (№4); 3. ПП БАСТА (№12); 4. КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ (№15); 5. Румяна Угърчинска (№26); 6. ДПС (№29); 7. БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА (№1); 8. Християндемократическа партия на България (№6); 9. ПП НФСБ (№11) и 10. СЪЮЗ НА КОМУНИСТИТЕ В БЪЛГАРИЯ (№21).

На 10 и 11 май (събота и неделя) в програмните времена на обзорните предавания на програма “ХОРИЗОНТ” “Събота – 150” и “Неделя – 150”, са излъчени и двата безплатни диспута: “ЕС – гарант за правото на свободен достъп на европейските граждани до трудовите пазари на общността”, с водещ Никола Миладинов и “Социална Европа и/или Европа на растежа – здравеопазване, екология, фондове, инфраструктура”, с водещ Лили Маринкова. Интерес към тази, традиционно, най-предпочитана форма на представяне в предизборните кампании, през първия ден проявиха 11, а през втория – 13 от общо 24 партии, коалиции и инициативни комитети, регистрирали свои кандидати за членове на европейския парламент. Прави впечатление отсъствието на представители на парламентарните партии и коалиции, които не се възползват от възможността да дебатираят безплатно, в национален ефир с представители от другите формации. Други, като БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА, ПП ГЛАС НАРОДЕН, ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ, Християндемократическа партия на България, ПП НФСБ, ПП БАСТА, както и независимите – Румяна Угърчинска и Евгения Банева, се включват и в двата дебата.

Заключителните клипове, са излъчени в предвиденото време – в последния ден от кампанията 23 май, след информационната емисия в 19:00 ч. 11 от регистрираните партии, коалиции от партии и инициативни комитети, се възползват от възможността да отправят безплатно своите послания: 1. БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНО-ПАТРИОТИЧНА ПАРТИЯ (№8); 2. ПП ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ (№4); 3. ПП БАСТА (№12); 4. КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ (№15); 5. РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК (№10); 6. Румяна Угърчинска (№26); 7. Коалиция КОД (№17); 8. БЪЛГАРСКА ЛЕВИЦА (№1); 9. ЗЕЛЕНИТЕ (№27); 10. СИНЬО ЕДИНСТВО (№9); 11. БКП (№25).

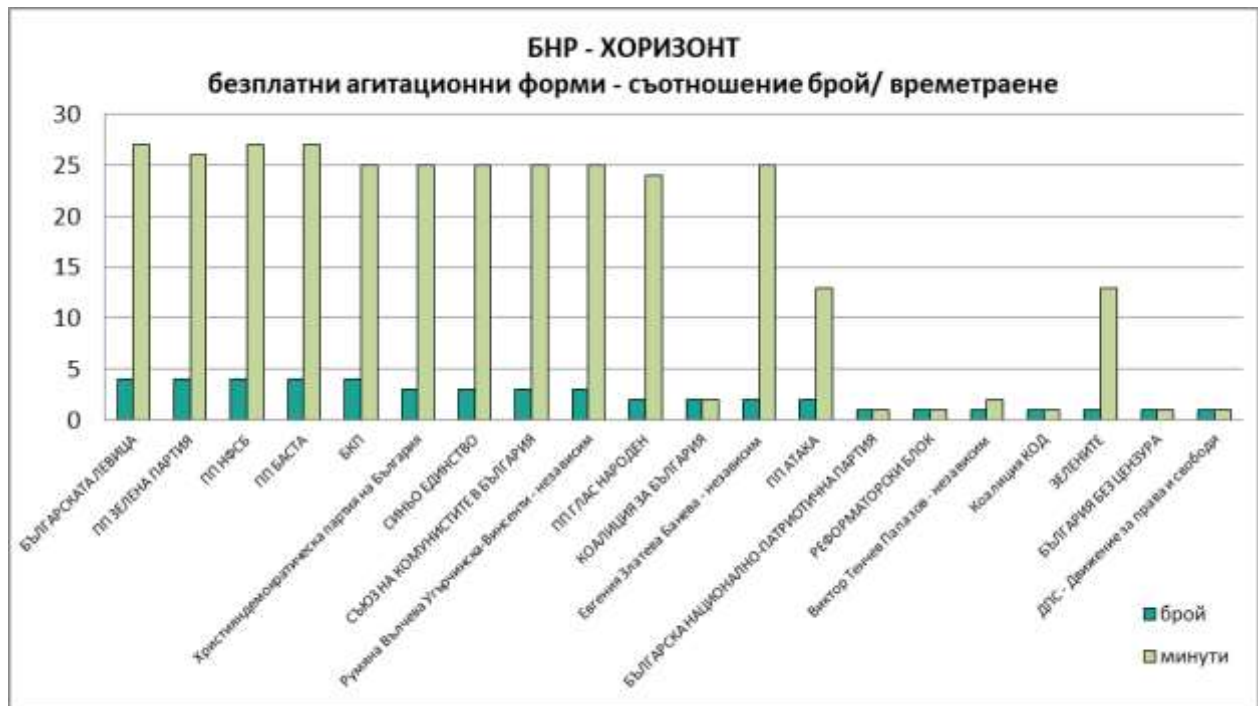
Общият брой безплатни агитационни форми в програма “ХОРИЗОНТ” е следният, при следното разпределение: За целия период на наблюдението са излъчени общо 47 безплатни агитационни материала. Както личи, с по четири участия се откроява присъствието на пет от политическите субекти: БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА (№1), ПП ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ (№4), ПП НФСБ (№11), ПП БАСТА (№12) и БКП (№25), но и петте – извън предпочетените от избирателите. По отношение на времетраенето, в челната тройка се открояват БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА, ПП НФСБ и ПП БАСТА, а на последните пет са БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНО-ПАТРИОТИЧНА ПАРТИЯ, РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК, Коалиция КОД, БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА и ДПС.



Общото времетраене на безплатните агитационни форми в програма „ХОРИЗОНТ“ е 316 мин. при следното разпределение:



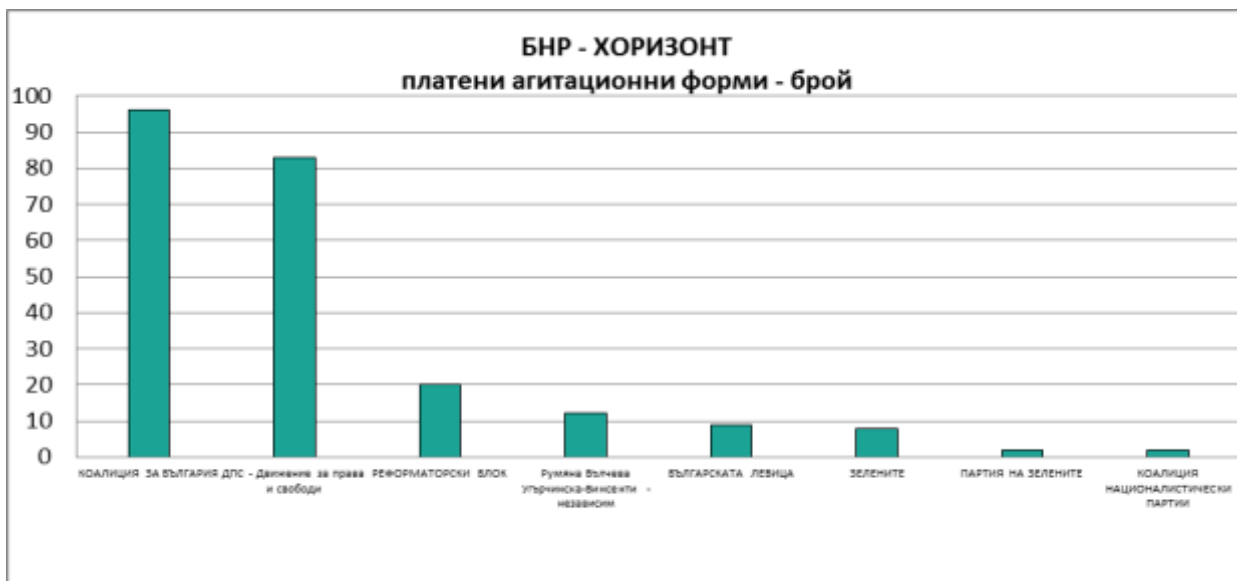
Ето какво е и съотношението между брой излъчени безплатни материали и тяхното времетраене:



ПЛАТЕНИ ФОРМИ – на основание чл. 189, ал. 1 от ИК, предизборните прояви на участниците в кампанията се отразяват, освен с традиционните платени форми: клипове, хроники, диспути, и с други платени форми: визитка, интервю, репортаж, дискусия.

Най-предпочетената агитационна форма, макар и само от осем от политическите субекти, се оказват клиповете. Показателно е и съотношението при хрониките, където начело е **КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ** с 23 представяния, следвана от **РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК** – с 20, **ДПС** – с 10 и 2 на **Румяна Угърчинска**. Само три са политическите формации, които са заплатили за участие в диспутите – форма, която в последните години очевидно отстъпва от водещата позицията сред най-предпочитаните за изява. В двата планирани диспута, със свои представители се включиха **ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ**, **БНП** и **Коалиция НАЦИОНАЛИСТИЧЕСКИ ПАРТИИ НА БЪЛГАРИЯ**.

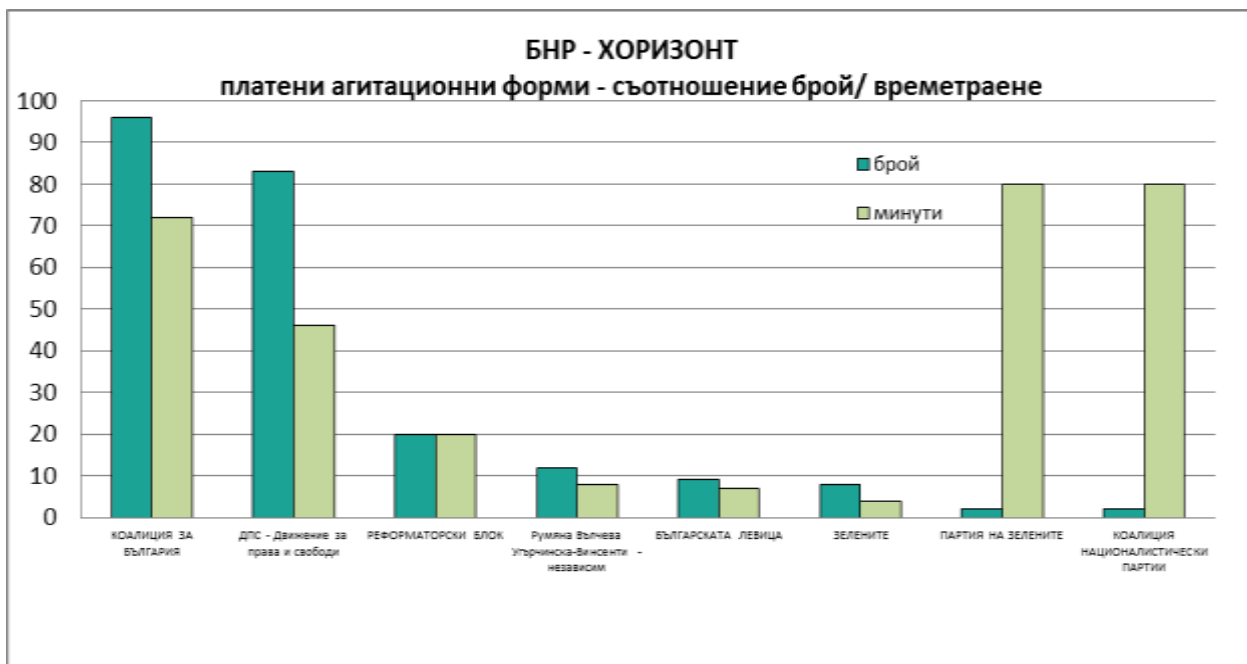
Общият брой платени агитационни форми в програма „ХОРИЗОНТ“ е следният при следното разпределение: За целия период на наблюдението са излъчени общо 234 платени агитационни материала, като най-предпочитани са клиповете – 173, следвани от хрониките – 55 и диспутите – 3. Две са формациите, които се открояват с присъствието си – **КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ** с 96 платени участия и **ДПС** с 83 – несъизмерими в количествено отношение с **БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА**, **ЗЕЛЕНИТЕ**, **ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ** и **Коалиция НАЦИОНАЛИСТИЧЕСКИ ПАРТИИ НА БЪЛГАРИЯ**.



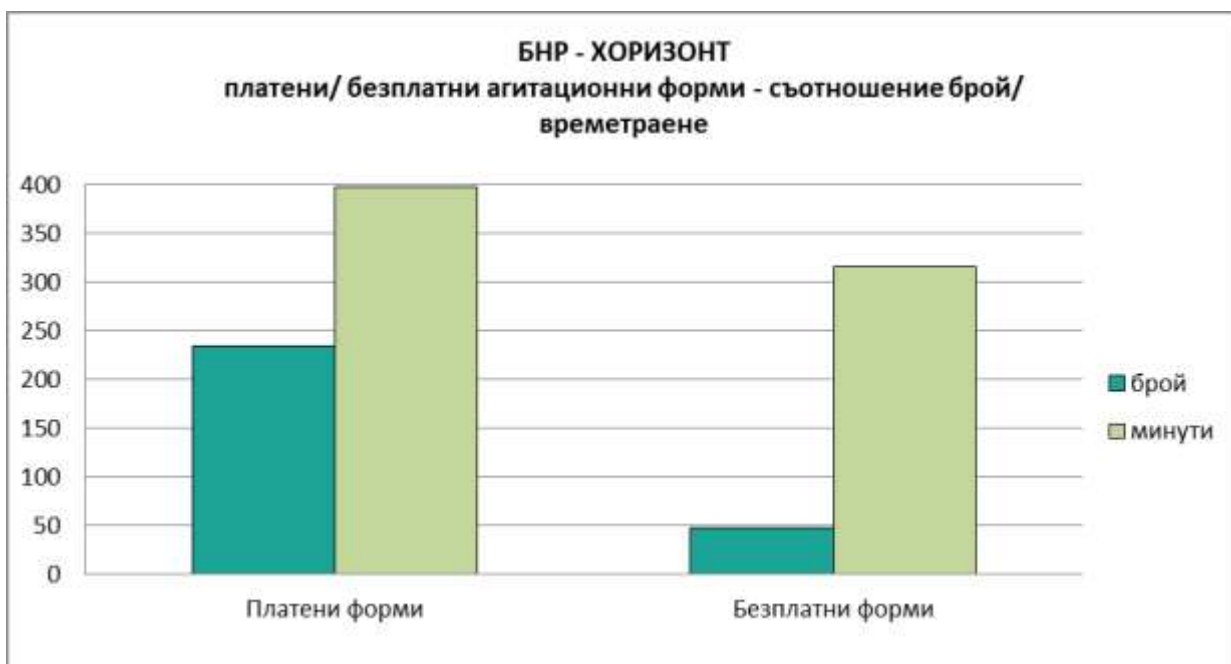
Общото времетраене на платените агитационни форми в програмата „ХОРИЗОНТ“ е с общо времетраене 397 мин.



Ето какво е и съотношението между брой излъчени платени материали и тяхното времетраене:



За обобщение: таблица със съотношенията на безплатни и платени форми в програмата по бройки и времетраене.



Видимо е тук преимуществото на броя на платените пред този на безплатните форми на агитация, включително и при времетраенето.

В "Хоризонт", темата за националните избори на членове на Европейския парламент, както и съпътстващите кампанията събития, присъства и извън часовете, маркирани в Споразумението. „Преди всички“, „12+3“ и „Нещо повече“, редовните рубрики „Евранет +“ и „Европа за мен“, както и авторското седмично предаване „Деконструкция“, са програмните територии, в които намериха място и теми като: „Как българските партии ще ни мотивират да отидем до урните?“, „Как Европа и нашенските нрави ще се съвместят в тази кампания?“,

„Имаше ли европейско говорене в тази предизборна кампания?“, „До какви изводи води кампанията, влияе ли тя и доколко върху резултатите от изборите?“, „Имат ли интерес политиките от независими наблюдатели и защо този път те са три пъти повече, в сравнение с други избори?“, „Как протича кампанията в другите страни от ЕС, в които ще се гласува на 25 май?“... Без да се допуска пряка агитация, ефирът бе предоставян и за слушателски мнения по маркираните въпроси (най-широко участие – в „Преди всички“, „12+3“ и „Деконструкция“).

ПРОГРАМА „ХРИСТО БОТЕВ“

В наблюдавания период не е излъчен нито един клип (интервю, визитка, репортаж) за проява на политическа партия, коалиция или инициативен комитет, участващи в кампанията. В планираното за диспути време – на 09, 16, 20 и 23 май се излъчи предаването «Законът и Темида», с тематика, различна от предизборната.

На 03.05.2014 г. в 11.51 ч. е излъчен материал по европейската мрежа Евранет на тема: «Как Лисабонският договор повлия на случването на европейските избори?» с участието на проф. Вихър Георгиев – преподавател в СУ «Св. Климент Охридски» и с времетраене 6 мин. Тематиката е неутрална – засяга се възможността за общи кампании на европейските партии, как ЕП да стане истински законодател и т.н., с акцент върху европейските избори въобще.

На 16.05.2014 г. е направен вътрешнополитически обзор на седмицата, в който се коментира напускането на Обществения съвет на ЦИК от страна на Асоциацията «Прозрачност без граници», заради липсата на прозрачност и диалог с изборния орган. Коментира се и важността на изборите, дали Европа може да изработи обща визия в контекста на Украинската криза и т.н. Няма предизборни участия, нито коментари, свързани с политическите сили. Разговорът е неутрален.

Подобно звучене има в сутрешните часове на 22 май, когато на аудиторията се поднася обща информация за изборите от говорителя на ЦИК Александър Андреев.

Наблюдението потвърди липса на политическа активност в ефира на Програма „ХРИСТО БОТЕВ“, характерна и по време на кампанията за Избори за народни представители на 12 май 2013 г. Вероятна причина може да се посочи тематичната специфика на програмата, която е националната културно-образователна програма на БНР.

Всеки ден след осведомителните бюлетени в 07:00 ч., 12:00 ч. и 18:00 ч., които са комутирани и за всички регионални програми, се излъчват информационно-разяснителните клипове на Централната избирателна комисия. В произволно избрани часове беше позициониран и рекламният клип на Европейския парламент.

РЕГИОНАЛНИ ПРОГРАМИ НА БНР

И в осемте регионални подразделения на БНР предизборните форми присъстват в сравнително малък обем. Откроява се тенденцията за използване на малко на брой и кратки материали, предимно клипове и интервюта, с изключение на безплатните диспути, където участието е по-широко. В преобладаващата си част диспути с платено участие не са проведени, факт, който дава основание да се смята, че вероятно за участниците в кампанията тази форма не е атрактивна. Втората половина на кампанията се оказва с относително по-голяма активност. Малкият брой на използваните агитационните форми, обаче, дава основание да се каже, че политическите сили се въздържат от участие с предизборна агитация срещу заплащане, за да достигнат до потенциалните си избиратели чрез регионалния ефир на БНР. В по-голямата част от регистрираните за изборите политически субекти не се възползват и от предоставената им възможност за участие в безплатните диспути:

“Радио БЛАГОЕВГРАД”: изключително скромна като обем и прояви кампания. Кампанията започна на 27.04.2014 г. с репортаж от предизборна среща на КБ. Проведен е един безплатен диспут, с участието на Наталия Димитрова – ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ, Христо Бантутов – ПП ГЛАС НАРОДЕН, доц. д-р Огнян Буруклиев – БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА, Стефан Борисов – ПП БАСТА, Моньо Христов – СИНЬО ЕДИНСТВО, Калоян Хаджийски – РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК, с общо времетраене – 60 мин., разпределено по равно на шестимата. Платените агитационни форми са отделени от останалата част на програмата със звуков сигнал: “Избори за Европейски парламент 2014”. Излъчени са 12 репортажа за прояви на КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ и един за РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК. Представители на двете формации имат и по едно участие в проведените две дискусии, с общо времетраене 33 мин. За предвидените на 30.04., 08.05., 13.05., 15.05., 16.05. и 21.05. дискусии не се явиха участници.

“Радио БУРГАС”: еднообразни са формите, с които са отразени прояви в рамките на кампанията. През наблюдавания период всички агитационните форми са безплатни. В първия ден от предизборната кампания в емисиите новини, които се излъчват на всеки кръгъл час, е широко отразено откриването на кампанията, колко партии, коалиции и независими кандидати ще участват, изявлението на президента. На 26.04 в 20:00 ч. е излъчен репортаж за откриването на предизборната кампания от лидера на БСП в Румъния. Стриктно се спазва изискването в началото и в края клиповете да бъдат обозначени. На 09.05. от 14:00 до 15:00 ч., в рамките на всекидневното предаване “Булевард Демокрация”, беше излъчен безплатен диспут: “Европа за нас – европейски фондове и европейски проекти през новия програмен период. Приоритети”. Участие взеха седем представители на политически сили: СИНЬО ЕДИНСТВО, ЗЕЛЕНИТЕ, РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК, ПП ГЛАС НАРОДЕН, ПП НФСБ, БКП, ПП ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ.

“Радио ВАРНА”: прави впечатление категоричното отсъствие на каквито и да са платени предизборни агитационни форми в наблюдавания период. В рамките на цялата кампания са излъчени два безплатни диспута: на 3 май, с времетраене 50 минути и участници – представител на РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК, БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН; БКП, Християндемократическа партия на България и Коалиция КОД и на 17 май, с общо времетраене 55 минути и участници – СИНЬО ЕДИНСТВО, РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК, ПП ГЛАС НАРОДЕН и БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА. Обсъжданите теми са, съответно «ЕС – гарант за правото на свободен достъп на европейските граждани до трудовите пазари» и «Социална Европа на растежа – здравеопазване, екология, фондове, инфраструктура».

“Радио ВИДИН”: липсват каквито и да било агитационни материали. Паралелно с информационно-разяснителния клип на ЦИК, от началото на кампанията, в различно време, 3 пъти на ден, в програмата се излъчва и клип на Информационното бюро на Европейския парламент;

“Радио ПЛОВДИВ”: първият платен диспут, планиран за 29.04.2014 г., вторник, от 10:00 ч. до 11:00 ч. е на тема: “Предизвикателства пред сигурността на Европейския съюз. Икономика и енергетика.” Единствен участник е Петър Христов, издигнат от БЪЛГАРСКА ЛЕВИЦА. Предоставеното му време е 12 минути. Идентична е ситуацията и с втория платен диспут – единствен участник е същият представител на БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА, като предоставеното му време 5 мин. Третият платен диспут, предвиден за 22 май, не се състоя.

Първият, и на практика – единствен, безплатен диспут бе излъчен на 09.05. в рамките на един час, с участието на ПП БАСТА, БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА, Християндемократическа партия на България, АВБ-АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ, ПП “ГЛАС НАРОДЕН”, СИНЬО ЕДИНСТВО, РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК.

В обща комутация с програма “Хоризонт”, заедно и с 15 европейски радиостанции, в рамките на програмата “Евранет +”, РРС “Пловдив” излъчи общеевропейския дебат на

претендентите за поста председател на Европейската комисия: Жан Клод Юнкер (ЕНП), Мартин Шулдц (ПЕС), Гиверхов Стаад (АЛДЕ) и г-жа Ска Келър (Европейски зелени).

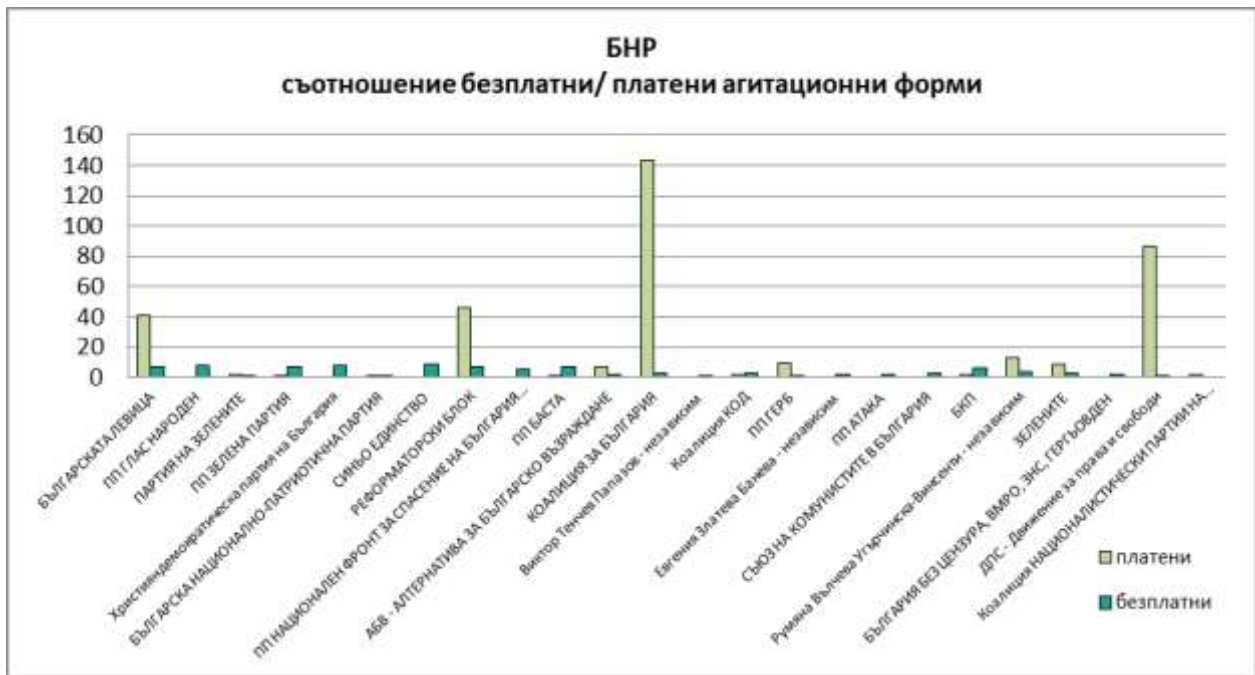
“Радио СОФИЯ”: в наблюдавания период, на 29.04. е излъчен едночасов диспут, безплатен, с участието на представители на 7 партии, коалиции и инициативни комитети: Християндемократическа партия на България, ПП ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ, Румяна Угърчинска, Коалиция КОД, ПП ГЛАС НАРОДЕН, БЪЛГАРСКА ЛЕВИЦА и СИНЬО ЕДИНСТВО. Планираният за 8 май платен диспут не се проведе. Не са огласявани резултати от социологически проучвания, не са констатирани участия на лица, нерегистрирани в ЦИК за изборите. Няма нарушения на ЗРТ и изборното законодателство;

“Радио СТАРА ЗАГОРА”: първият планиран безплатен диспут се състоя на 30 април, на тема: “Социална Европа и/или Европа на растежа – здравеопазване, екология, фондове, инфраструктура.” Участват представители на АБВ-АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ, ПП БАСТА, Християндемократическа партия на България. Не се яви обявеният участник на ПП ГЕРБ. Поредността на участниците, определена от РИК Стара Загора, е стриктно спазена. Времето за представяне и изказване на участниците е разпределено по равно – 16 минути на участник в рамките на предвидения един час.

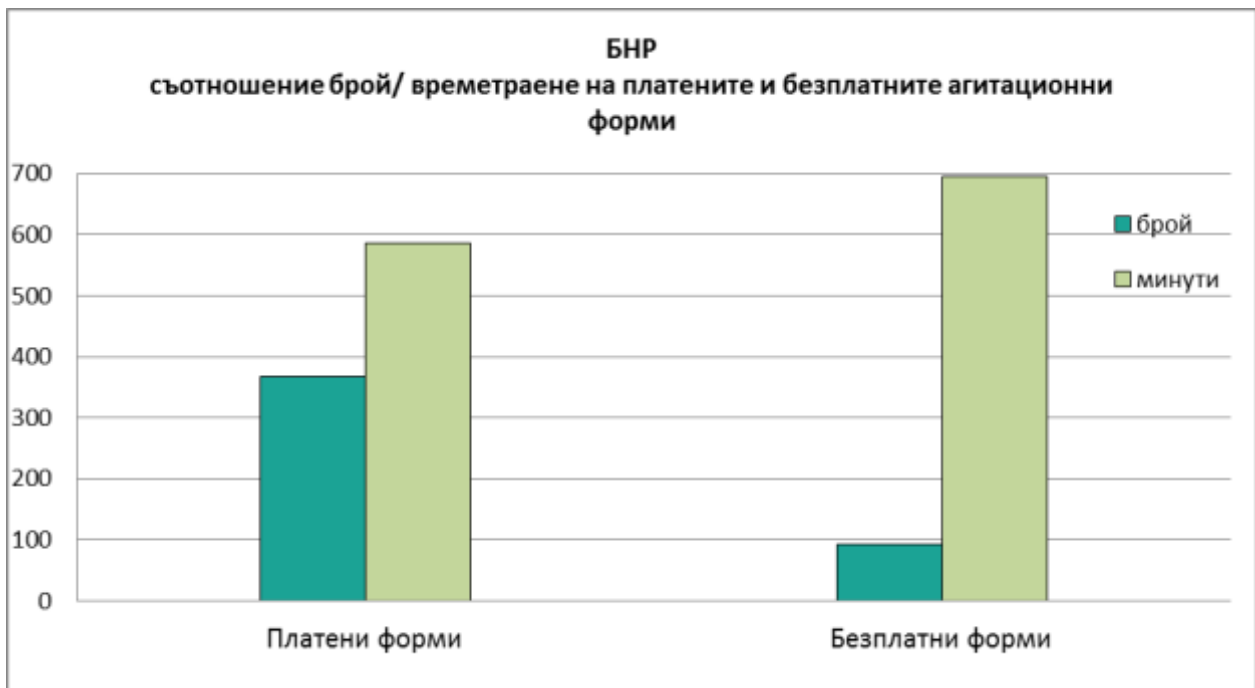
Планираните диспути – за 08.05., платен, на тема: “Да поговорим за пари – европейски средства и правилното им управление”, за 15.05., платен, на тема: “Енергетика и енергийна ефективност и по-чиста околна среда”, и за 22.05., платен, на тема “Интеграцията на малцинствата в ЕС”, не се състояха;

“Радио ШУМЕН”: предизборните форми присъстват, сравнително, по-осезателно спрямо другите РРС, но броят им е незначителен, на фона на продължителността на самостоятелната програма. По вид преобладават репортажите и хрониките. Информационно-разяснителни клипове на ЦИК не се излъчват, съпътстваща информация във връзка с подготовката на изборите се включва в някои от емисиите новини.

ОБОБЩЕНИТЕ ДАННИ за излъчените в програмите на БНР платени и безплатни форми на агитация и съотношението между тях, е отразено в долната диаграма, като КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ и ДПС се открояват на фона на относително слабия интерес на участващите в кампанията политически субекти.



Освен явното преимущество в количествено отношение на платените агитационни форми пред безплатните, прави впечатление и относителната съизмеримост на техните програмни времена:



Особен интерес представляват резултатите от наблюдението на програмите в последния ден от предизборната кампания. По програма "Хоризонт" чувствително се увеличи броят на формациите и този на клиповете. Свой тематичен отпечатък даде и внесеният в Парламента от ГЕРБ вот на недоверие към правителството. Тази тема доминираше както в хода на разговорите, в рамките са споменатите публицистични предавания, така и в информационните емисии. Не липсваха и директни внушения (Станислав Иванов – депутат от ГЕРБ) срещу Коалиция за България и правителствената коалиция с ДПС, за парламентарните

ходове, с които да бъде предотвратен вотът. Коментарът на лидера на ГЕРБ Бойко Борисов, записан в кулоарите на Парламента, прозвуча в комутирания за всички РРС Обеден осведомителен бюлетин, в очакван контраст с общата предизборна интонация на радиото. Доколкото приключилата кампания беше вписана в един необичайно наситен откъм политически събития период, неизбежни бяха и някои индиректни политически внушения в полза или против дадени политически субекти, в чисто информативен план. Без да анализираме съдържанието, доколкото то не е обект на регулация, такива примери се прокраднаха в участията на Антоанета Цонева от Института за развитие на публичната среда, Антоний Гълъбов – председател на работната група за провеждане на избори за Европарламент, Деница Сачева – PR експерт, доц. Александър Маринов – СУ. Балансът прозвуча в посланието на държавния глава, излъчено в момента на произнасяне, и, в пълен обем, преди началото на комутирания за всички РРС Вечерен осведомителен бюлетин на БНР.

Няма констатирани нарушения в деня за размисъл. Авторското предаване на Петър Волгин “Деконструкция” остана вярно на собствения си провокативен стил, който се открие на фона на, общо взето, балансирания тон на предаванията през този ден. Не са констатирани нарушения и в изборния ден съгласно законодателството на страната в програмите на БНР.



БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ

БНТ 1:

Съгласно общите разпоредби на Споразумението, е предвидено кампанията да бъде отразена с встъпителни и заключителни клипове, диспути.

БЕЗПЛАТНИ ФОРМИ: За наблюдавания период е констатирано наличие на безплатни форми чрез предоставяне на ефирно време на кандидатите, участващи в изборите. В кампанията участват 24 кандидати, представители на партии и коалиции. Безплатните форми в тази кампания са встъпителни и заключителни агитационни клипове, диспути. Предавания в които има безплатни дискуссионни формати са:

“ГЛАСОВОДИТЕЛ” – специално предаване във времето на «Референдум» – тип дискуссионна анкета с продължителност от 90 мин., в която кандидатите за ЕП отговарят на въпроси и дискутират теми свързани с ЕП, като по дати по-долу са посочени кои кандидати и представители на кои партии и коалиции участват:

- 29.04.2014 г.: БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА, БКП, ПП ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ, ПП ЗЕЛЕНИТЕ, СИНЬО ЕДИНСТВО, ПП ГЛАС НАРОДЕН, НПБ и Румяна Угърчинска-Винсенти;
- 13.05.2014 г.: ПП ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ, Коалиция КОД, БАСТА, Виктор Папазов – независим, БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНО-ПАТРИОТИЧНА ПАРТИЯ, Евгения Банева – независим, Християндемократическа партия на България, СЪЮЗ НА КОМУНИСТИТЕ В БЪЛГАРИЯ;
- 20.05.2014 г.: ПП ДПС, ПП ГЕРБ, КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ, НФСБ, РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК, АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ, ПП АТАКА.

“ПАНОРАМА” – дискуссионни студия посветени на предизборната кампания, като по дати по-долу е посочено кои кандидати и представители на кои партии и коалиции участват:

- 25.04.2014 г.: Коалиция КОД, СИНЬО ЕДИНСТВО, ПП АТАКА и ПП ДПС;
- 09.05.2014 г.: КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ, ПП ГЕРБ РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК;

- 16.05.2014 г.: НФСБ, АБВ – АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ и БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА.

“ОЩЕ ОТ ДЕНЯ” – актуално предаване в две части по 20-25 мин., в което кандидатите за ЕП изразяват бъдещото си поведение и идеи за ЕП.

БЕЗПЛАТНИ ДИСПУТИ:

- 30 април (времетраене 90 мин.) с начало 16.30 часа. Участват представители на БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА, БКП, ПП ЗЕЛЕНИТЕ, СИНЬО ЕДИНСТВО, ПП ГЛАС НАРОДЕН, НБПП, ПП ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ;

- 07 май 2014 г. (времетраене 90 мин.) с начало 16.30 часа. Участват представители на НФСБ, Коалиция „КОД”, участниците на представители от НФСБ, АБВ – АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ, БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН, БАСТА и Евгения Банева – независим;

- 14 май 2014 г. (времетраене 90 мин.) с начало 16.30 часа. Участват представители на Християндемократическа партия на България, РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК, Виктор Папазов – независим, Коалиция НАЦИОНАЛИСТИЧЕСКИ ПАРТИИ НА БЪЛГАРИЯ, ПП ГЕРБ, БКП.

Отношението към кандидатите, партиите и коалициите като цяло е **неутрално**.

Общият брой на безплатни форми, поместени в програмите на БНТ е 114 броя (32 клипа и 82 участия в дискуссионни форми). Подредбата по партии е следната:

АБВ – АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ – 2 клипа, 9 диспута, 11 форми;

БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН – 1 клип, 8 диспута – 9 форми;

ПП НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ (ПП НФСБ) – 2 клипа, 7 диспута – 9 форми;

Коалиция КОД – Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ,НДСВ,СДП-1 клип, 7 диспута– 8 форми;

ПП ГЕРБ – 7 диспута 7 форми;

ЗЕЛЕНИТЕ – 2 клипа, 3 диспута, 1 репортаж – 6 форми;

СИНЬО ЕДИНСТВО – 1 клип, 5 диспута – 6 форми;

БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА – 2 клипа, 3 диспута – 5 форми;

ПП ГЛАС НАРОДЕН – 2 клипа, 3 диспута – 5 форми;

ПП ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ – 2 клип, 3 диспута – 5 форми;

РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – 1 клипа, 4 диспута – 5 форми;

Виктор Папазов – независим – 2 клипа, 3 диспута – 5 форми;

Коалиция НАЦИОНАЛИСТИЧЕСКИ ПАРТИИ НА БЪЛГАРИЯ (НПБ) – 1 клип, 4 диспута – 5 форми;

Християндемократическа партия на България – 2 клип, 3 диспута – 5 форми;

ПП АТАКА – 2 клипа, 2 диспута – 4 форми;

ДПС – Движение за права и свободи – 1 клип, 2 диспута – 3 форми;

СЪЮЗ НА КОМУНИСТИТЕ В БЪЛГАРИЯ – 1 клип, 2 диспута – 3 форми;

Румяна Угърчинска-Винсенти – независим – 1 клип, 2 диспута – 3 форми;

ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ – 2 диспута – 2 форми;

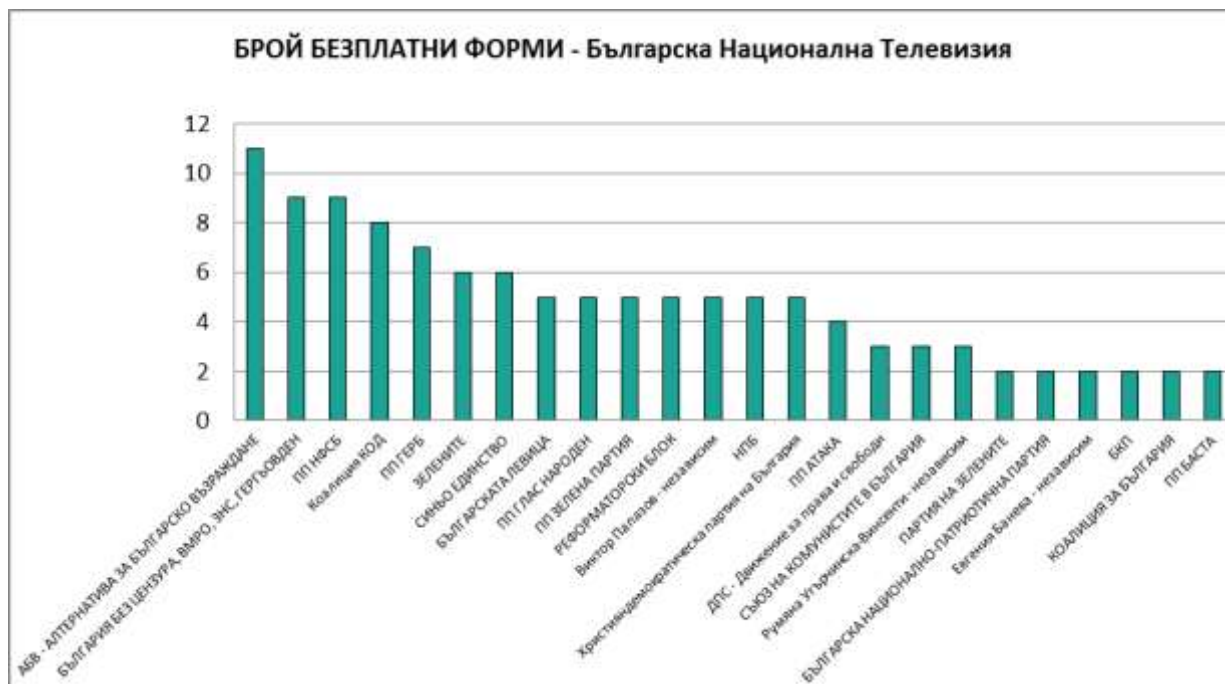
БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНО-ПАТРИОТИЧНА ПАРТИЯ – 1 клип, 1 диспут – 2 форми;

Евгения Банева – независим – 1 клип, 1 диспут – 2 форми;

БКП – 1 клип, 1 диспут – 2 форми;

КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ – 2 диспута – 2 форми;

ПП БАСТА – 2 клипа – 2 форми.



Ефирното време (престой на екрана на кандидати) на безплатните форми по партии, коалиции и кандидати: общо 13.45 часа

АБВ - АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ – 90 минути;

БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН – 80 минути;

Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП – 71 минути;

ПП ГЕРБ – 69 минути;

ПП НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ (ПП НФСБ) – 64 минути;

СИНЬО ЕДИНСТВО – 51 минути;

Коалиция НАЦИОНАЛИСТИЧЕСКИ ПАРТИИ НА БЪЛГАРИЯ (НПБ) – 41 минути;

РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – 40 минути;

ПП ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ – 31 минути;

Християндемократическа партия на България – 30 минути;

Виктор Папазов - независим – 30 минути;

БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА – 28 минути;

ЗЕЛЕНИТЕ – 28 минути;

ПП АТАКА – 22 минути;

СЪЮЗ НА КОМУНИСТИТЕ В БЪЛГАРИЯ – 21 минути;

Румяна Угърчинска-Винсенти – независим – 21 минути;

ДПС – Движение за права и свободи – 21 минути;

ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ – 20 минути;

ПП ГЛАС НАРОДЕН – 18 минути;

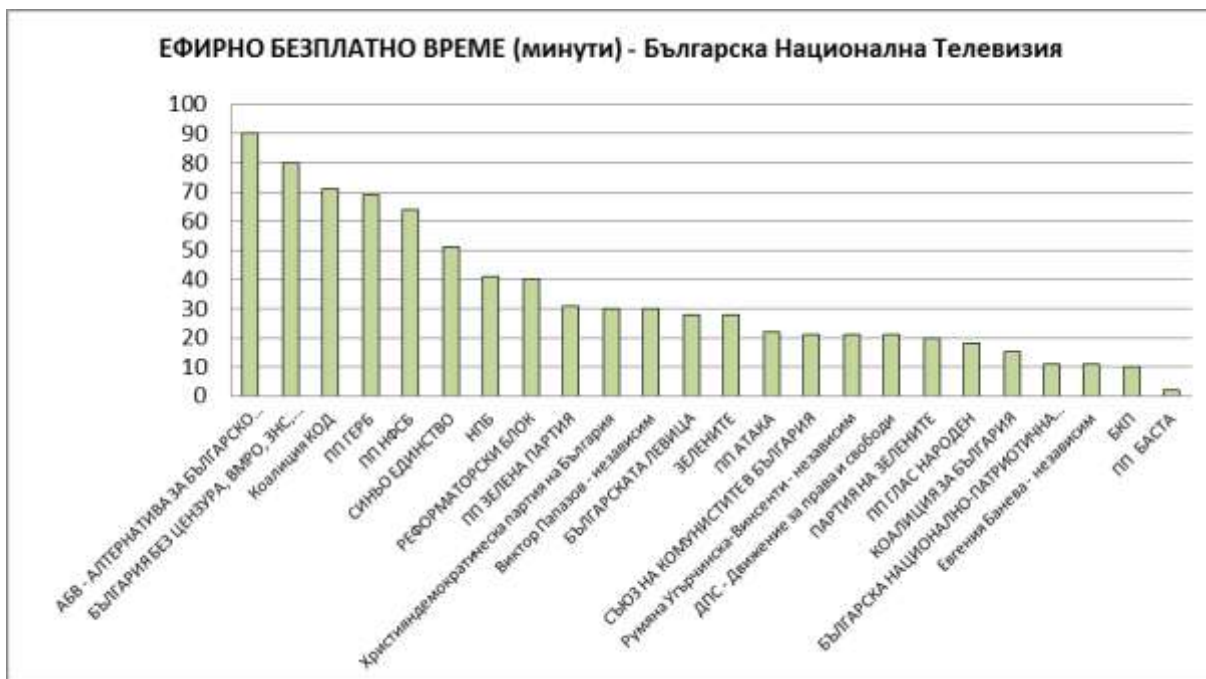
КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ – 15 минути

БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНО-ПАТРИОТИЧНА ПАРТИЯ – 11 минути;

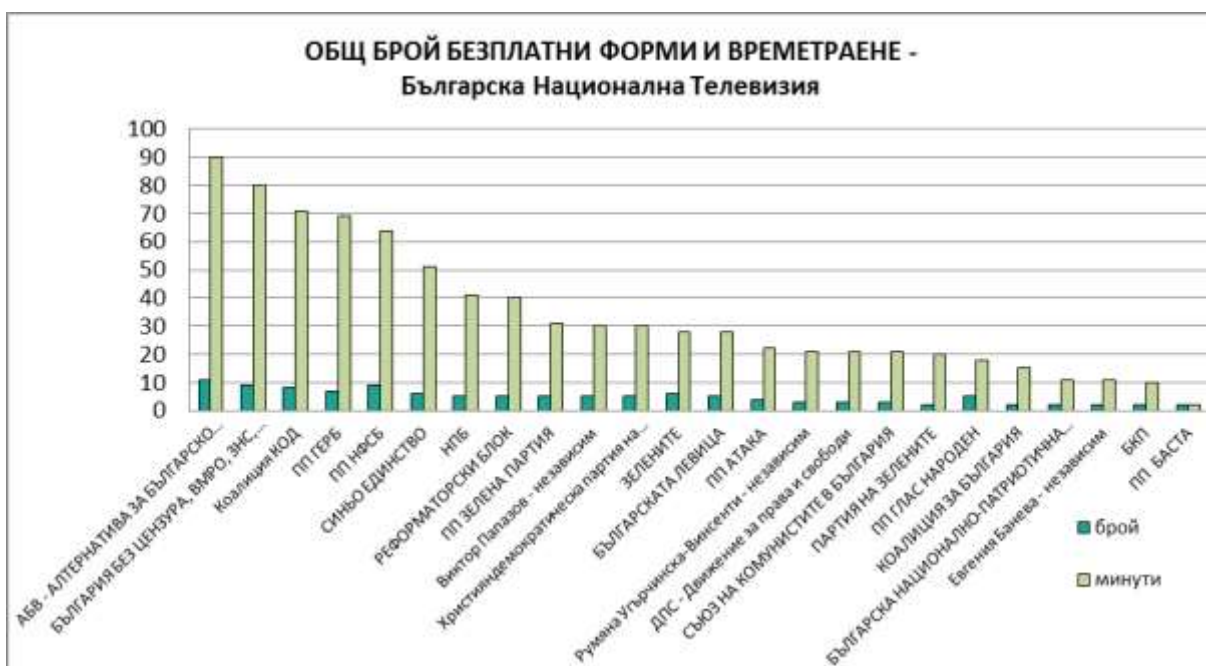
Евгения Банева – независим – 11 минути;

БКП – 10 минути;

ПП БАСТА – 2 минути.



Таблицата по-долу, показва съотношението между времетраенето и броя на безплатните форми на предизборни материали по партии:



Времето на излъчване на безплатните клипове отговаря на заложеното в споразумението между генералния директор на Българската национална телевизия и упълномощените представители на партиите, коалициите и инициативните комитети. Българската национална телевизия предостави на партиите, коалициите и инициативните комитети, регистрирани кандидати, телевизионно време за безплатни диспути по

предварително съгласувани теми, като е спазен редът за участие в диспутите и времето на участниците, което е разпределено по равно.

ПЛАТЕНИ ФОРМИ: Като цяло те са по-голям брой от безплатните, но като времетраене доминира времето на ефирно излъчване на безплатните форми. Спазени са заложените форми в Споразумението на БНТ – клипове и диспути, спазено е и времето за излъчване на заложените форми. Предавания в които има “други платени форми” са:

“ГЛАСОВЕТЕ НА ЕВРОПА” – ежедневно предаване с времетраене 20 мин. и следните платени рубрики: “Предизборен репортаж”- 1 минута; „Това съм аз”- 2 минути; „Пет въпроса за Европа”- 2 минути; „Интервю”- до 7 минути;

“ДЕНЯТ ЗАПОЧВА” – рубрика “Интервю” с времетраене 10 минути;

Общият брой платени форми, поместени в програмите на БНТ е 361 броя (клипове, диспути, интервюта, портрети, репортажи и въпроси). Подредбата по партии, коалиции и кандидати е следната:

ДПС – Движение за права и свободи – 66 клипа, 8 репортажа – общо 74 форми;

КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ – 45 клипа, 26 репортажа – общо 71 форми;

РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – 15 клипа, 3 интервюта, 21 репортажа – общо 39 форми;

ПП АТАКА – 21 клипа, 9 репортажа – общо 30 форми;

Виктор Папазов-независим – 28 клипа – общо 28 форми;

АБВ – АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ – 3 клипа, 2 портрета, 21 репортажа, 1 въпрос – общо 27 форми;

ПП ГЕРБ – 11 клипа, 24 репортажа – общо 25 форми;

ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ – 19 клипа, 1 интервю, 4 репортажа – общо 24 форми;

ПП ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ – 12 клипа, 2 интервюта, 3 др. форми – общо 17 форми;

БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА – 7 клипа, 3 интервюта, 3 др. форми – общо 13 форми;

Християндемократическа партия на България – 3 интервюта, 3 портрета, 2 репортажа – общо 8 форми;

БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН – 8 репортажа – общо 8 форми;

ЗЕЛЕНИ – 5 клипа, 3 диспута – общо 8 форми;

Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП – 4 клипа, 3 интервюта – общо 7 форми;

БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНО-ПАТРИОТИЧНА ПАРТИЯ – 5 клипа, 1 диспут – общо 6 форми;

Евгения Банева – независим – 5 клипа – общо 5 форми;

СИНЬО ЕДИНСТВО – 2 диспута, 2 репортажа – общо 4 форми;

Румяна Угърчинска-Винсенти – независим – 2 диспута, 1 репортаж – 3 форми

ПП БАСТА – 2 репортажа – общо 2 форми;

БКП – 2 диспута - общо 2 форми.



Ефирно време на платените форми по партии, коалиции и кандидати: общо 9 часа и 30 минути. Подредбата по партии, коалиции и кандидати е следната:

РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – 58 минути;

КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ – 51 минути;

ДПС – Движение за права и свободи – 44 минути;

БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА – 43 минути;

ПП ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ – 35 минути;

ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ – 33 минути;

ЗЕЛЕНИ – 33 минути;

Християндемократическа партия на България – 30 минути;

АБВ – АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ – 29 минути;

Коалиция КОД - Антония Първанова, Илиана Раева - ОБ, НДСВ, СДП – 29 минути;

ПП АТАКА – 26 минути;

ПП ГЕРБ – 25 минути;

СИНЬО ЕДИНСТВО – 24 минути;

Румяна Вълчева Угърчинска-Винсенти – независим – 21 минути;

БКП – 20 минути;

Виктор Папазов - независим – 14 минути;

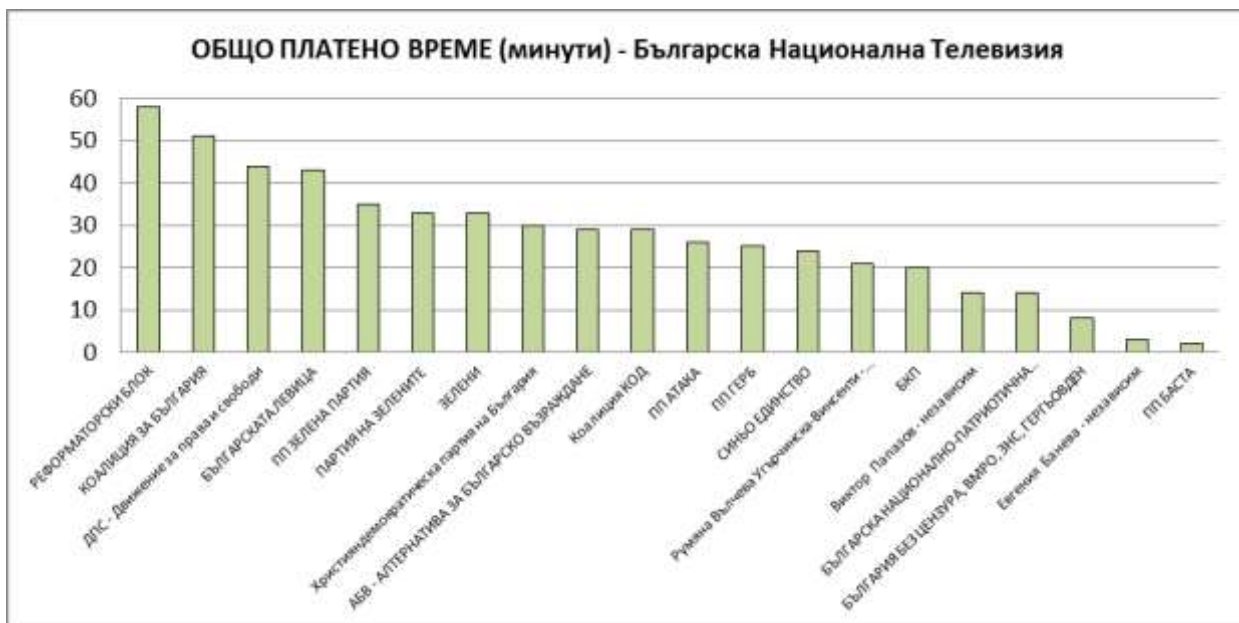
БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНО-ПАТРИОТИЧНА ПАРТИЯ – 14 минути;

БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ВМРО, ЗНС, ГЕРГЬОВДЕН – 8 минути;

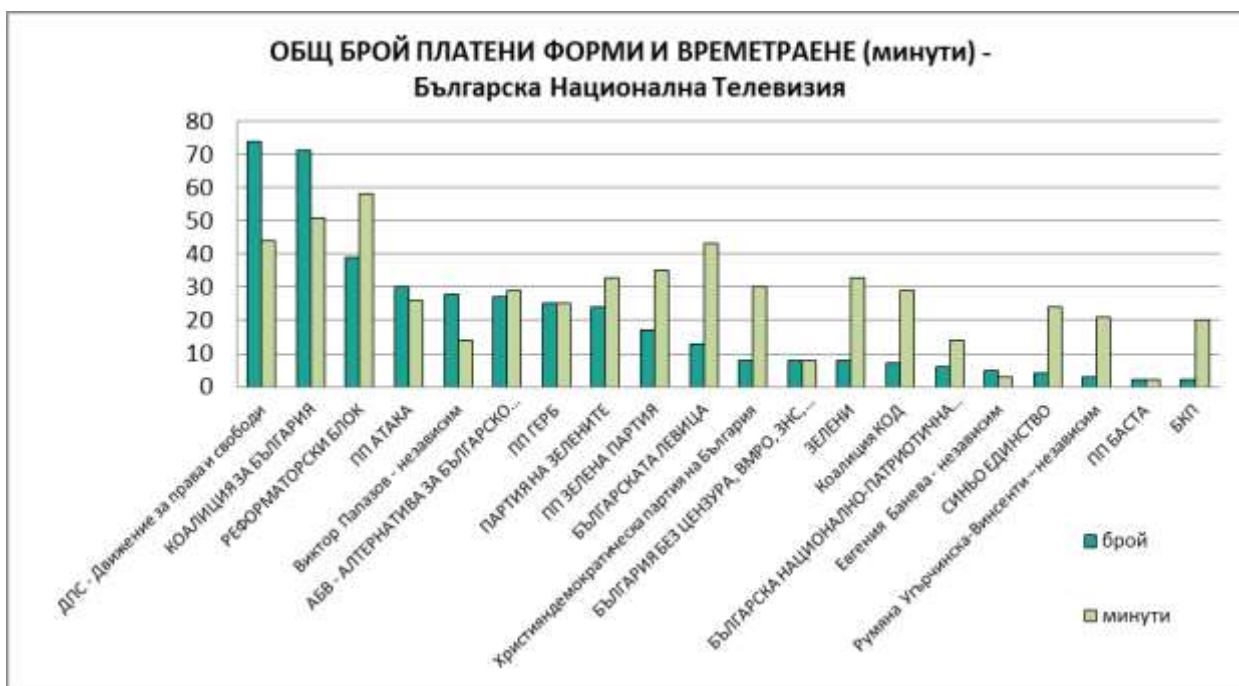
Евгения Банева-независим – 3 минути;

ПП БАСТА – 2 минути;

ПП ГЛАС НАРОДЕН, ПП НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ (ПП НФСБ), СЪЮЗ НА КОМУНИСТИТЕ В БЪЛГАРИЯ и БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНО-ПАТРИОТИЧНА ПАРТИЯ (НПБ) – **нямат**



Таблицата по-долу, показва **съотношението между времетраенето и броя на платени агитационни форми** по партии, коалиции и кандидати:



БНТ 2

Програмата излъчи въстъпителните и заключителни безплатни клипове на партии, коалиции и кандидати. От 15 май, програмата излъчи и 18 бр.(с времетраене – 6 минути) платени агитационни клипа на „ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ”.

Безплатните форми по БНТ 2 се заключват в 5 диспута с общо времетраене от 300 минути:

- Русе: на 28.04.2014 г. с времетраене 60 мин. Участват представители на БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА”, ПП “ЗЕЛЕНИТЕ” и “ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ”;
- Пловдив: на 29.04.2014 г. с времетраене 60 мин. Участват гости от “СИНЬО ЕДИНСТВО”, Коалиция “КОД”, “ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ” и ПП “ЗЕЛЕНИТЕ”, ПП “ЗЕЛЕНИ”;
- Благоевград: на 07.05.2014 г. с времетраене 60 мин. Участват представители на ПП “ЗЕЛЕНИТЕ” и КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ;
- Варна: на 08.05.2014 г. с времетраене 60 мин. Участват представители на Коалиция “КОД”, ПП “ЗЕЛЕНИТЕ”, “ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ”, БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА, “СИНЬО ЕДИНСТВО”, ПП “ГЛАС НАРОДЕН” и “Християндемократическа партия на България”;
- Благоевград: на 09.05.2014 г. с времетраене 60 мин. Участват представители на “Християндемократическа партия на България”, КОАЛИЦИЯ ЗА БЪЛГАРИЯ, “ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ”, НФСБ, ПП “ЗЕЛЕНИТЕ”, ПП “ГЛАС НАРОДЕН”, Коалиция “КОД” , “БЪЛГАРСКАТА ЛЕВИЦА”, “БАСТА” и “СИНЬО ЕДИНСТВО”.

Платени форми на предизборна агитация се изразяват в агитационни клипове на “ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ” – 18 броя с времетраене 6 минути (от 15 до 23.05.2014 г.).

БНТ СВЯТ

В програма “БНТ Свят” се излъчват всички предавания, в чието съдържание има диспути и други форми на предизборната кампания, излъчени по БНТ 1. Освен встъпителните и заключителни безплатни клипове и разяснителните на ЦИК, програма БНТ Свят излъчи и платени клипове на : ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ (18 броя) и Евгения Банева – независим – (5 броя).

БНТ HD

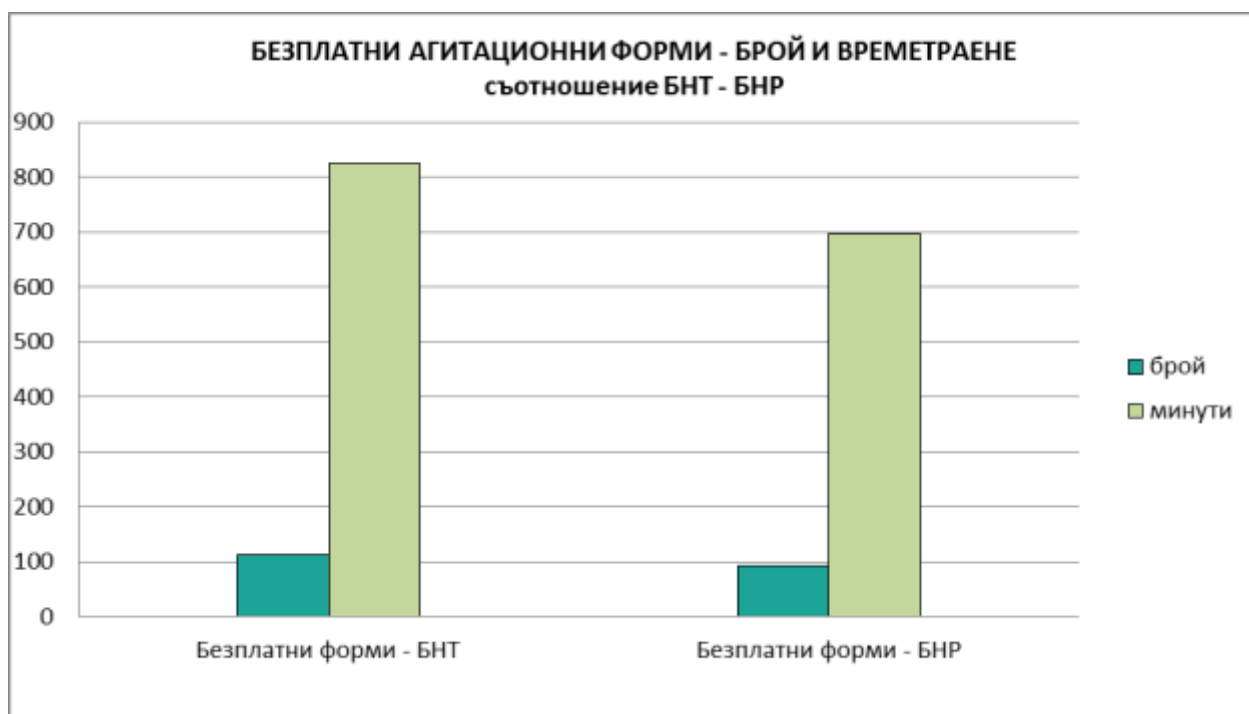
Програмата не излъчва агитационни материали за предизборната кампания за Европейски Парламент 2014 година.

Денят за размисъл не поднесе никакви изненади, спазени бяха изискванията на законодателството и забраните, свързани с този ден от кампанията.

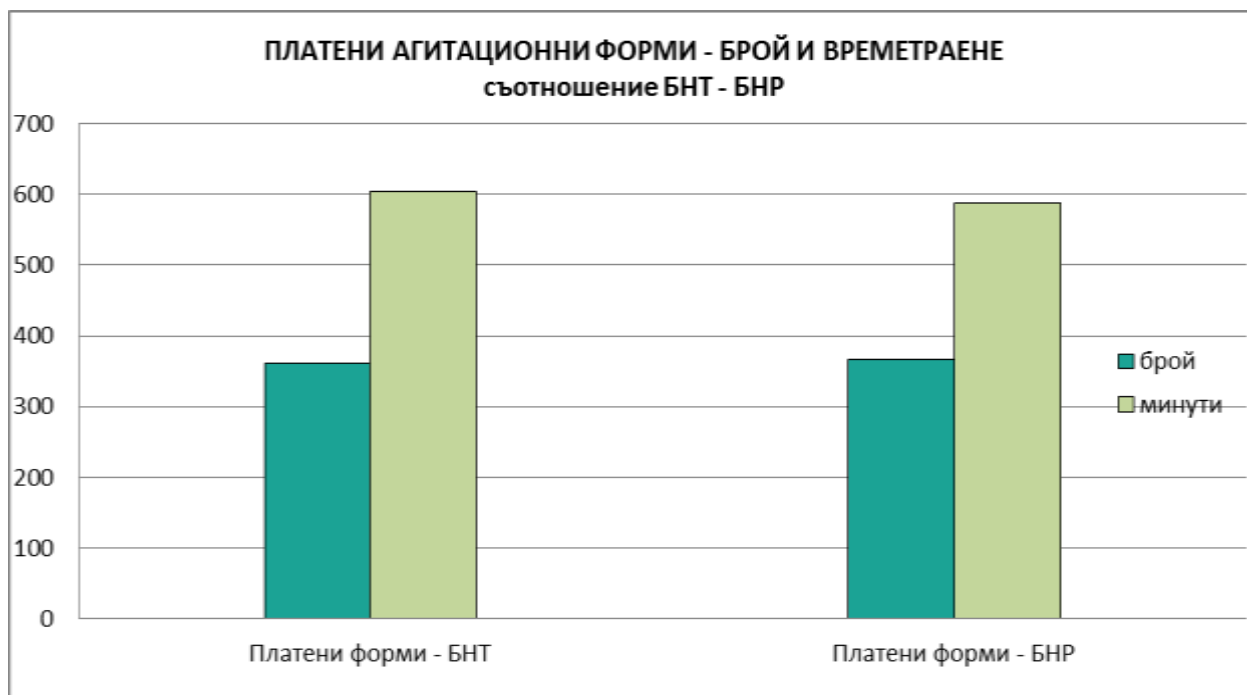
Изборният ден: В множество новинарски емисии и директни включвания от цялата страна БНТ отрази в детайли протичането на изборния ден. Първите социологически прогнози бяха обявени след 19 часа, спазвайки разпоредбите на ИК. Следват интервюта с представители на партии и пресконференции.

Сравнителен анализ на резултатите от наблюдението в БНТ и БНР

В графично изражение, съпоставката на медийните предпочитания на участващите в кампанията политически субекти спрямо БНР и БНТ, показва чувствителна разлика, в полза на БНТ по отношение на времетраенето на безплатните агитационни форми. При БНТ ефирното време на безплатните форми е чувствително повече от това на БНР, където като ефирно време и брой форми доминират платените материали (за разлика от БНТ и търговските телевизии)



Приблизителен паритет в медийното присъствие на участниците в кампанията се наблюдава по отношение на платените форми, при доминация на ефирното време на безплатните форми в БНТ.



И съпоставката между медийното присъствие на участниците в кампанията в двете национални обществени медии като цяло, дава основание да се забележи постигането на сравнително прецизен баланс, както по отношение на използването на самите форми на агитация, така и на представителството в тях на политическите и експертните субекти, които участват в кампанията. Очевидно, това е положително следствие на новите норми в Изборния

кодекс и предвидената в новото законодателството изрична задължителна възможност за предоставяне на безплатно програмно време за нейното провеждане.

