

# СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ



Избори за  
Народно  
събрание

2014

Търговски доставчици  
на медийни услуги



Обществени  
доставчици на  
медийни услуги



София, бул. Шипченски проход № 69

Централната изборителна комисия (ЦИК) и Съветът за електронни медии (СЕМ) подписаха за втори път през тази година Споразумение (26 август), с което се определят обема и параметрите на мониторинга върху електронните медии, и принципите и нормите, регламентиращи медийното поведение спрямо изборното законодателство в условията на кампания за избори за 43-то Народно събрание.

СЕМ при извършване на наблюдението върху предизборната кампания се ръководи и от принципите, разписани в Препоръка CM/Rec (2007)2 относно медийния плурализъм и разнообразието на медийното съдържание. Тя потвърждава, че плурализмът и разнообразието са особено важни за функционирането на демократичното общество, за разширяването на публичните дебати, за политическия плурализъм и осъзнаването на различните мнения от социалните групи.

Цел на мониторинга е установяване на съответствие на предизборното поведение на доставчиците на медийни услуги с медийното и изборното законодателство при провеждането на кампанията. На базата на предварително утвърдена методика наблюдението отчете количествени и качествени показатели, както и спазването на разпоредби от Изборния кодекс.

#### **I. СПОРАЗУМЕНИЕ МЕЖДУ СЕМ И ЦИК: ПАРАМЕТРИ И МЕТОДИКА НА МОНИТОРИНГА.**

Споразумението определя **принципите и параметрите** на специализирания мониторинг, който СЕМ осъществи върху дейността на доставчиците на медийни услуги (ДМУ) по време на предизборната кампания. То се основава на нормите на Закона за радиото и телевизията (ЗРТ), Правилата за провеждане на предизборната кампания - глава 12 от ИК, препоръките на Организацията за сигурност и сътрудничество в Европа (ОССЕ) за наблюдение на поведението на електронните медии в условията на избори, както и на практики на СЕМ, приложени при провеждане на наблюдение върху други предизборни кампании.

**Програмите**, включени в наблюдението, са избрани според степента на влиянието им върху общественото мнение. Взети са предвид териториалното разпространение, специализацията и профилът на програмите. Отчетен е фактът, че при избори за народни представители в Народно събрание е логично предизборните послания да бъдат ситуирани предимно в програми с национално покритие и общ (политематичен) профил. Наблюдението включва и програми, за които рейтингови агенции отбелязват по-голям интерес на аудиторията. Наблюдавани са и програми с регионално и местно разпространение. Времевият период на всекидневното наблюдение е съобразен с програмните схеми на медиите при **спазване препоръките на ОССЕ** за акцент към часовите пояси 18.00 - 24.00 ч. за телевизионните програми и 07.00 - 12.00 ч за радиопрограмите. Въпреки че мониторингът на търговските ДМУ обхваща основно съдържанието на телевизионните програми от 06.30 до 09.30 ч. и от 16.00 до 22.30 ч., а на радиопрограмите от 07.00 до 11.00 ч. и от 17.00 до 19.00 ч. няма ограничение за наблюдение и върху други времеви отрязъци - при актуализиране на програмната схема на медия и включване на агитационни материали извън предварително определеното програмно време.

За програмите на Българската национална телевизия (БНТ) и Българското национално радио (БНР) са отчетени времевите полета, посочени и в Споразуменията, сключени на основание чл. 189, ал. 4 от ИК.

Обект на наблюдение са петнадесет (15) програми, създавани от **обществени ДМУ**: четиринадесет (14) програми с национален и регионален обхват, създавани и разпространявани от националните

обществени оператори БНТ и БНР и една програма, създавана от обществен ДМУ - Телевизия Алфа на Политическа партия Атака.

- |                           |                             |
|---------------------------|-----------------------------|
| 1. БНТ 1.                 | 9. БНР Радио Варна.         |
| 2. БНТ 2.                 | 10. БНР Радио Видин.        |
| 3. БНТ Свят.              | 11. БНР Радио Пловдив.      |
| 4. БНТ HD.                | 12. БНР Радио София.        |
| 5. Хоризонт.              | 13. БНР Радио Стара Загора. |
| 6. Христо Ботев.          | 14. БНР Радио Шумен.        |
| 7. БНР Радио Благоевград. | 15. Телевизия Алфа.         |
| 8. БНР Радио Бургас.      |                             |

Наблюдението обхваща и още двадесет и девет (29) програми на **търговски ДМУ**. От тях седемнадесет (17) телевизионни и дванадесет (12) радиопрограми.

а) Телевизионни програми:

- |                     |                                 |
|---------------------|---------------------------------|
| 1. БТВ.             | 10. ТВ Видин.                   |
| 2. Нова телевизия.  | 11. БТВ екшън                   |
| 3. ТВ7.             | 12. Скат +.                     |
| 4. Нюз 7.           | 13. Телевизия Око.              |
| 5. България Он Еър. | 14. Евроком.                    |
| 6. СКАТ.            | 15. Евроком Царевец.            |
| 7. Канал 3.         | 16. Пловдивска телевизия Тракия |
| 8. ТВ Европа.       | 17. EBF.                        |
| 9. ТВ+.             |                                 |

б) Радиопрограми:

- |   |                            |
|---|----------------------------|
| 1. Дарик Радио Бг, регионални за Бс и Пд. | 7. Радио K2.               |
| 2. Радио Фокус София.                     | 8. Радио Фокус Пловдив.    |
| 3. Радио Фокус Благоевград.               | 9. БГ Радио.               |
| 4. Радио Фокус Видин.                     | 10. Енджой.                |
| 5. Радио Фокус Бургас.                    | 11. Радио Веселина, София. |
| 6. Радио Фокус В. Търново.                | 12. Радио1.                |

Мониторингът отчита дела на платените и безплатните форми на агитация по **два показателя - бройки и минути** присъствие на кандидати в медия. За анализ на данните е приложена възприета от СЕМ **методика, отчитаща:** влиянието на медията, програмирането на предизборните форми и материали и въздействието на журналистическите жанрове.

Отбелязани са и възможностите, предоставени от медиите, за възприемане на предизборните агитационни послания и достъп до съответната програма от **лица със слухови и зрителни увреждания:** използването на специализирани субтитри, език на знаците, аудиоописание, аудиосубтитри и др.

Заедно с общите параметри на наблюдението, за обществените национални доставчици - БНТ и БНР, са предвидени и допълнителни характеристики, свързани с отчитане на плурализма и специфичните им задължения на национални обществени доставчици. Въпреки че ЗРТ не задължава търговските доставчици на медийни услуги да осигуряват плурализъм на мненията и гледните точки, медийното им поведение следва да спазва основни журналистически стандарти и да отговаря на изискванията за равнопоставеност, обективност и баланс при представянето на политическите субекти с цел да защитят правото на аудиторията си да направи своя информиран избор (чл. 10, ал. 1, т. 2).

## II. ИЗВОДИТЕ.

1. Популяризирането на платформите и визията на партиите за управление на страната в програмите на ДМУ чрез агитационни форми **отстъпва място на коментарите по актуални горещи теми, които прерастват в агитационни послания**. Слабото присъствие на дебати между основните кандидати не позволи аудиторията и избирателите да получат в достатъчна степен информация за управленските програми на партиите, за да могат да направят информиран политически избор.
2. В телевизионните програми на големите медии като **БТВ, Нова телевизия, ТВ7, Нюз 7** (за разлика от по-малките и както при радиопрограмите) **безплатните форми са повече от времетраенето на платените и доминират над безплатните**. При БНТ и БНР категорично доминират безплатните форми като времетраене в минути.
3. В тази кампания бяха **създадени нови предавания или адаптирани утвърдени рубрики** за изборите: Нова, БНТ, БТВ и др. Може да се открий активността на Нова телевизия - “Кастинг 240”, “Карай направо” и “Седмицата на лидерите”.
4. Медиите проявиха активна критична позиция спрямо **контролирания и корпоративния вот**. Немалко от тях разработиха темата детайлно и аргументирано като показаха конкретни случаи в свои разследвания, репортажи, свидетелски интервюта.
5. Слабата активност на агитацията по време на кампанията контрастира ярко **с по-големия обем нарушения** на изборното и медийното законодателство в дейността на електронните медии. Това е повод и за голям брой санкционни производства. Нарушенията, по сигнали на СЕМ и санкционирани от ЦИК, са **концентрирани около добрите нрави, използване образи на деца и на триколяра**. Не липсват и специфични казуси във връзка с **платени форми на агитация в новини, поместване на политическа агитация в рекламни блокове, популяризиране на призив за свобода на конопа** в рамките на политически клип и пр.
6. За целия наблюдаван период и за медийната среда като цяло програмите на ДМУ **запазват балансирано** отношение към кандидатите и партиите при тяхното представяне, което не пречи да се открият фаворити сред кандидатите. Журналистите **спазват професионалните стандарти** в условията на предизборната кампания. Изключение правят партийно ангажираните медии като АЛФА ТВ и СКАТ. В тези програми очаквано е констатирана липса на балансирано присъствие. Представянето на политически идеи и платформи е в полза само на една партия и коалиция. Предизборните послания често преминават в негативно говорене за други участници в изборите, дори чрез враждебна реч и език на омразата (темите роми, бежанци и др). Характерно и за двете програми е, че част от кандидати за депутати са водещи на постоянни актуално - публицистични предавания и този статус им осигурява широко ефирно присъствие в предизборната кампания.
7. В сравнение с предишни кампании данните показват **по-широко представителство** и активно медийно присъствие на малките партии, коалиции и инициативни комитети, **стимулирано от предоставените от държавата медийни пакети**. Практиката е положителна и следва да бъде разширена и оптимизирана на законодателно равнище.
8. Немалко медии **не обявиха в срок Тарифи и условия** за предизборна агитация. Някои от тях ги публикуват впоследствие. Наблюдението показва, че при телевизионните програми **платеното агитационно съдържание се разграничава ясно от безплатното**. В

преобладаващата си част предизборните телевизионни материали са отделени от останалите програмни елементи с аудио-визуални сигнали за „Парламентарни избори 2014“. Има изрично обозначение за платено съобщение.

При радиопрограмите на търговските доставчици слушателят остана затруднен да прецени кое предизборно съдържание е платено и кое - бесплатно. Аудио сигналите в радиопрограмите съдържат съобщението – „Парламентарни избори 2014“ и посланието – „Купуването и продаването на гласове е престъпление“. Съгласно изборните правила обаче, при излъчване и разпространение на платени форми радиодоставчиците освен, че трябва да ги отделят чрез звукови средства, следва да указват по подходящ начин, че материалът е платен. Разделителните звукови сигнали „Парламентарни избори 2014“ и „Купуването и продаването на гласове е престъпление“ отделят агитационните материали в радиопрограмите, **но не указват ясно чрез звуков сигнал на аудиторията**, че материалите поместени между тях са платени. Така при радиопрограмите (без БНР) разграничението на платени от безплатни форми остава неясно.

9. За спазването на задължението ДМУ да обявяват на интернет страницата си **пълното съдържание на договорите**, сключени с всички регистрирани за участие в изборите субекти. Данните от наблюдението за първите дни от кампанията (до 09 септември включително) показват три практики: поместване на информация за сключени договори, непоместване на такава от някои доставчици и представяне на непълна информация, която е най-разпространена практика.

Голяма част от медиите публикуват информация относно предмета на договорите. Те обаче не съдържат детайли за платените материали (БТВ, Нова телевизия, ТВ7, Канал 3, България Он Еър, Дарик радио България, ТВВ, ТВ Око и др.). Оповестени са елементите субект, срок, цена, но не и детайли - за какви форми е договорът, точен брой, място в програмата и др. Публикувани са договори с обща формулировка: „излъчване на агитационни материали“, „радио време“ и др. Констатациите по този показател не дават възможност за обективен извод. Поради тази неяснота дадена форма е приета за такава, за каквато доставчикът я е обозначил – платена, или ако не е обозначена - за неплатена.

Детайлност на формите на агитация, изрично посочени в предмета на договора, са констатирани за програмите ТВ Плюс, Евроком Царевец и за програмите на БНР.

10. По спазването на **изискванията на чл. 205, ал.1 и 2 от ИК** – „... 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 информация за възложителя на допитването или проучването, за организацията, която го е извършила, и за източниците на финансирането му“. **Двете разпоредби не са спазвани стриктно**. В края на кампанията при огласяване на проучванията (Нова телевизия и БТВ) водещите или участниците информират устно за възложител, организатор и финансиране. Практически по този начин задължителната информация е предоставена, но не в съответствие с разписаното в ИК.

В проучванията на общественото мнение, излъчени по БНР и БНТ, също така не винаги са налични трите задължителни реквизита от Изборния кодекс комулативно.

11. ДМУ **остават длъжници на аудиторията** от лица със слухови и зрителни увреждания. Констатацията не важи за разяснителната кампания на ЦИК, която съдържа жестомимичен превод. БНТ 1 също осигури жестомимичен превод в предаването „Референдум“ и в следобедните диспути.

12. Наблюдението констатира някои, макар и непряко забранени от закона, недобри практики - **в новинарските емисии да се поместват материали, които носят характера на платени агитационни форми**. Казусът е важен, защото новините дават статут на събитията на социален факт и когато преминават съмнения за подобни практики през тях, се поставят на изпитание журналистическите стандарти и етични саморегулации, което е особено актуално в условията на предизборна кампания.
13. Националните обществени доставчици на медийни услуги **БНТ (с едно изключение) и БНР** спазват стриктно всички отнасящи се до тях изисквания на изборното законодателство, решения на ЦИК и действащите нормативни актове, регламентиращи провеждането на изборите. **Не са констатирани нарушения на ЗРТ, както и на Споразуменията с** представителите на партиите, коалициите и инициативните комитети. Проявите на участващите в надпреварата политически субекти са **отразени обективно и коректно**, при зачитане на тяхната равнопоставеност и значимост. Спазено е основното нормативно изискване към двата доставчика, залегнало в чл. 6, ал. 3, т. 6 от ЗРТ за **плурализъм и наличие на всички гледни точки**, както и професионалните стандарти и етика в условията на предизборна кампания. Те са съобразени с изискванията за обективност и баланс при представянето на политическите субекти. За БНТ ЦИК се произнесе с решение по нарушение на разпоредбите на ИК, които са включени в раздела за съвместната дейност между СЕМ и ЦИК.

Организирането на кампанията в програмите на двата национални обществени доставчика не напусна създадения през годините стереотип с клиповете, хрониките и диспутите, платени или безплатни, които имат все по-малко влияние върху вота на избирателите. В това отношение е необходимо преформулиране на ролята на обществените оператори в предизборните кампании.

14. В тази кампания, за разлика от предишната за европейски избори, **не бяха констатирани** драстични случаи на език на омраза и на дискриминация на база пол. Наблюдението не регистрира случаи на неспазване на разпоредбата на чл. 18 на ЗРТ относно предоставяне право на отговор, както и на излъчени анонимни материали.
15. Коректно, професионално и активно поведение на електронните медии в Деня за размисъл и в Деня на избор. Не са констатирани случаи на **агитация в деня за размисъл, а за изборния ден** СЕМ изпрати два сигнала до ЦИК относно съмнение за агитация. Първият е за материал в предаването „Още от деня“ на БНТ1, излъчен на 05.10.2014 г., съдържащ изказвания за политици, които биха могли да се приемат за предизборна агитация. ЦИК постанови решение, с което установи нарушение на изборните правила и забраната за агитация, описано в частта за съвместната дейност на СЕМ и ЦИК. Повод за втория сигнал до ЦИК, е включено интервю на същия ден в предаването „България гласува“ по ТВ 7 и Нюз 7 (излъчено едновременно), в което се използват обидни квалификации към конкретен политик и език, несъобразен с добрите нрави.
16. За разлика от предишни кампании повечето от електронните медии **изпълниха разпоредбите на закона** и не огласяваха под каквато и да е форма прогнозни резултати. Само едно нарушение е констатирано относно представяне на **резултати в изборния ден** (Канал 3), за което ЦИК постанови решение на база сигнал от СЕМ. В студио в програмата на Канал 3 на 5 октомври 2014 г. в 18,10 ч. са огласени данни под формата на информация за метеорологична прогноза и за измерени температури в определени градове, които носят имена, идентични с имената на политически лидери на партии и коалиции, регистрирани за участие в изборите.



17. Наблюдението показва **широко разгърната разяснителна кампания на ЦИК в електронните медии**. Почти всички медии излъчват разяснителни клипове на Комисията. Кампанията съдържа и материали за ученици и студенти, за млади хора, гласуващи за първи път. Немалко ДМУ също представят на аудиторията свои материали, свързани с по-широки разяснения на изборния процес (БНТ 1, БНР ТВ7, ТВ Европа, БТВ, Нова телевизия, Дарик Радио България, България Он Еър, ТВ +, СКАТ, ТВ Око, АЛФА ТВ).

### III. КОНСТАТАЦИИТЕ.

#### ОПОВЕСТЯВАНЕ НА ТАРИФИ, РЕД, УСЛОВИЯ ЗА ОТРАЗЯВАНЕ НА ПРЕДИЗБОРНАТА КАМПАНИЯ.

СЕМ извърши проверка на включените в споразумението за наблюдение търговски медии **по изпълнение на задължението по чл. 198, ал. 4 от ИК**, както и проверки по сигнал на ГИСДИ и за други радио- и телевизионни програми на доставчици на медийни услуги. Резултатите бяха изпратени в ЦИК, ГИСДИ и ГРАЖДАНСКИ БОРД ЗА СВОБОДНИ И ПРОЗРАЧНИ ИЗБОРИ.

#### 1. Проверка на ДМУ и програми във връзка със Споразумение между СЕМ и ЦИК.

доставчик	програма	наличие на оповестена информация към:
БТВ Медиа Груп ЕАД	Б ТВ	25.08.2014
	bTV ACTION	25.08.2014
ТВ Седем ЕАД	TV 7	25.08.2014
Балкан Българска Тв ЕАД	NEWS 7	25.08.2014
Нова Броудкастинг Груп АД	НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ	25.08.2014
Радиокомпания Си. Джей ООД	ЕНДЖОЙ/ N-JOY	25.08.2014
Елит Медиа България ЕООД	КАНАЛ 3	25.08.2014
Радио 1 ООД	РАДИО 1	25.08.2014
Евроком - НКТ ООД	ЕВРОКОМ	25.08.2014
Метрорадио ЕООД	БГ РАДИО	26.08.2014
Телевизия Европа АД	ТЕЛЕВИЗИЯ ЕВРОПА	не е оповестена информация към 05.09.2014
		оповестена информация към 09.09.2014
България Он Ер ООД	BULGARIA ON AIR	25.08.2014
Скат ООД	СКАТ	25.08.2014
	СКАТ +	25.08.2014
ПП Атака	АЛФА ТВ	не е оповестена информация към 05.09.2014
Радио Веселина ЕАД	РАДИО ВЕСЕЛИНА	04/09/2014
Фокус - Нунти ООД	ФОКУС - София	25.08.2014
	ФОКУС – Благоевгр.	25.08.2014
	ФОКУС - Бургас	25.08.2014
	ФОКУС - Видин	25.08.2014
	ФОКУС - В Търново	25.08.2014
	ФОКУС - Пловдив	25.08.2014
Дарик Радио АД	ДАРИК БЪЛГАРИЯ	25.08.2014
	ДАРИК Р Бургас	25.08.2014
	ДАРИК Пловдив	25.08.2014
Анаили Мили ЕООД	РАДИО К 2	25.08.2014
И БИ ЕФ ТИ ВИ АД	EBF BUSINESS TV	не е оповестена информация
БГ Сат АД	ТВ+	02.09.2014
Телевизия ОКО ООД	ТЕЛЕВИЗИЯ ОКО	28.08.2014
ТВВ ООД	ТВВ	25/08/2014
Евроком - Царевец ООД	ЕВРОКОМ ЦАРЕВЕЦ	25.08.2014
Сат ТВ ООД	Пловдивска ТВТракия	25.08.2014

## 2. Проверка във връзка с писмо на ГИСДИ до СЕМ

доставчик	програма	наличие на оповестена информация към дата
Цифрова кабелна корп. ЕООД	DCTV	не е оповестена информация към 28.08 и 09.09.2014
Диана Кабел ТВ ООД	ДИАНА КАБЕЛ 1	не е оповестена информация към 28.08 и 09.09.2014
БАЦ ЕООД	БАЦ	не е оповестена информация към 28.08 и 09.09.2014
Телевизия Варна АД	ТВ ВАРНА	не е оповестена информация към 28.08 и 09.09.2014
-	Телевизия Добруджа	няма регистрирана програма в СЕМ
СД Вис Виталис - Самарски	ПРЕСС ТВ	не е оповестена информация към 28.08. 2014
Агенция Витоша ЕООД	РАДИО ВИТОША	не е оповестена информация към 29.08.2014
		оповестена информация към дата: 09.09.2014
СД Балабанови и Сие - Рамба	РАДИО 999 - ЯМБОЛ	оповестена информация 29.08.2014
Омъ - Илиеви ООД	БЕЛЛА	оповестена ценова листа
Община Плевен	РАДИО ПЛЕВЕН	оповестена информация 29.08.2014
-	Радио Трибали	няма лицензирана програма в СЕМ

## 3. Постъпили уведомителни писма в СЕМ от ДМУ

доставчик	програма	Констатация
Медийна група Черно море ЕООД	ЧЕРНО МОРЕ	На 22.08.2014 доставчикът уведоми СЕМ за обявените тарифи.
Община Кърджали	ОБЩИНСКО РАДИО КЪРДЖАЛИ	На 27.08.2014 г. доставчикът уведоми СЕМ за Регламент и ценова тарифа.
Диди ник ООД	ЕРА	На 27.08.2014 доставчикът уведоми СЕМ.

### ОПОВЕСТЯВАНЕ ИНФОРМАЦИЯ ПО СКЛЮЧЕНИ ДОГОВОРИ. БЕЗПЛАТНИ И ПЛАТЕНИ ФОРМИ.

Тези два параметъра на наблюдението са свързани. Защото освен чрез сигнал, че даден материал е платен, данни за това коя част от съдържанието в дадена програма не е безплатна може да се изведе и от оповестената информация по сключени договори, ако има такава, поместена на сайта на медията.

#### 1. ТЕЛЕВИЗИОННИ ПРОГРАМИ.

Доставчиците, създаващи телевизионните програми **Нова телевизия, БТВ, Bulgaria on air, Евроком Царевец, ТВ +, Евроком**, оповестиха информация за сключените договори още с началото на кампанията.

**БНТ, ТВ7, Телевизия Европа, Пловдивска телевизия Тракия, ТВВ и ТВ Око**, ги публикуваха впоследствие.

Излъчените платени форми в Нова телевизия, БТВ, Bulgaria on air, Евроком Царевец, ТВ Плюс, Евроком **отговарят на сключените и обявени договори с политически формации**. Платените агитационни форми при тях са ясно обозначени, че съставляват платено съдържание (съгласно чл.179 от ИК). Поместени са между кашове „Парламентарни избори за народни представители 2014 г.“ и „Купуването и продаването на гласове е престъпление“. (чл.183, ал.2 от ЗРТ).

Ясно обозначено е платеното съдържание и в БНТ, отделено с кашове за избори и предупреждението „Купуването и продаването на гласове е престъпление“.



Програмите, в които **безплатните форми (по времетраене в минути) доминират над времетраенето на платените:**

Нова телевизия - 1040 минути безплатни форми (интервюта, новини и дискусии) и 142 мин. платено ефирно време (клипове и репортажи),  
БТВ - 455 минути безплатни форми (интервюта, новини и дебати) и 221 мин. платено ефирно време (клипове и репортажи),  
Bulgaria on air - 313 минути безплатни форми (новини, репортажи, интервюта, кролове) и 132 мин. платени форми - репортажи, клипове),

В другите наблюдавани телевизионни програми преобладаващи са платените форми на агитация, представени в различни журналистически жанрове. За всички тях са сключени договори, оповестени на интернет-страницата на доставчика. **Не е констатирано** излъчване на предизборни агитационни материали на политически партии или коалиции, с които няма сключени договори.

**БНТ** не бе обявила към 11.09.2014 информация за сключени договори, но наблюдението констатира за периода до 11.09.2014 излъчване на изрично посочвани от водещия и маркирани с визуален знак за това платени форми. На 22.09.2014 г. са поместени договори с 9 партии. Някои партии имат договори за отделни форми, но са излъчвани и материали като платени форми, за които няма поместена информация.

Към 10.09.2014 не бе оповестена информация за сключени договори от доставчиците, създаващи телевизионни програми **ТВ7 и Нюз 7**. До посочената дата в тези програми са излъчени интервюта, разположени между кашове за „Избори за народни представители 2014 г.“ и „Купуването и продаването на гласове е престъпление“, но без знак платени ли са или не са.

**Телевизия Европа** - не бе оповестена информация за сключени договори. Към 09.09.2014 налична бе само част от договор - сканирана първа страница (ПП ГЕРБ за PR материали). Относно безплатните форми - те са определени като такива от водещия на предаването. Паритет е констатиран за времетраенето в минути на платените и на безплатните форми, с лек превес на безплатните (съответно: 247 и 205 мин.).

**Пловдивска телевизия Тракия** - към 10.09.2014 доставчикът не бе публикувал информация за сключени договори. На 17.09.2014 г. са „качени“ договори за предоставяне на телевизионно време в програмата. Уточнено е, че част от договорите са в работен вариант.

В някои програми, в началото на кампанията, **липсва надписът за платено съдържание**. Налични са само разделителни звукови сигнали, че купуването и продаването на гласове е престъпление (ТВВ, ТВ Око и др). След 07.09.2014 г. доставчиците на двете програми оповестяват сключени договори за платени форми.

**АЛФА ТВ** - липсват оповестени Тарифа, условия, ред за кампанията, информация за сключени договори и ясно обозначение за платено съдържание.

Програмите **СКАТ и СКАТ+** - на сайта на телевизията е оповестен **само един договор за отразяване на предизборната кампания**, сключен между ПП НФСБ и доставчика. Той съдържа параметрите, посочени в ИК.

В интернет страницата не е установено наличието на оповестен договор за излъчването на предизборна форма (участие на кандидат на Движение 21).

## 2. РАДИОПРОГРАМИ.

При **радиопрограмите на търговските доставчици** слушателят е затруднен да прецени кое предизборно съдържание е платено и кое бесплатно. Съгласно изборните правила радиодоставчиците трябва да отделят чрез звукови средства платените форми на предизборната кампания и да укажат по подходящ начин, че те са такива.

Констатацията: в радиопрограмите има разделителни текстови сигнали „Парламентарни избори 2014“ и „Купуването и продаването на гласове е престъпление“. Предизборните форми обаче **не са обозначени като платени и чрез звуков сигнал**. Поради категоричното отклонение от това изискване към платено съдържание, наблюдението приема тези материали за платени (данните на договорите също не дават необходимата информация). Обективен е изводът за дефицит на безплатни материали при наблюдаваните търговски радиопрограми.

**Дарик Радио България** - до 10.09.2014 г. на сайта на доставчика няма информация за сключените договори за платено представяне в предизборната кампания. На 15.09.2014 г. информацията е оповестена. Съдържа срок и предмет - „радио време“. Липсва детайлизация на форми, видове, брой, разположение в програмната схема. Платените форми-клипове в програмата са между сигнали за Избори 2014 и Купуването и продаването на гласове е престъпление. Това не се отнася за хрониките и интервютата. Те са разположени извън подобни звукови разделителни джингли, ситуирани са след сигнал на медията. В регионалните прозорци същите форми са отделени със звукови сигнали за Избори 2014.

**Радио Фокус** - договорите са нечетивни, а материалите за изборите са поместени между звукови сигнали „Парламентарни избори 2014 г.“ и „Купуването и продаването на гласове е престъпление“. На всеки 30 минути редът на излъчване е: новини (централни или регионални), спортни новини, времето, трафик информация и следва обозначена форма на предизборна агитация.

**Радио К2** - в Тарифата е записана цена за излъчване на програма на кандидата, обръщения на кандидати и застъпници, призови, съобщения за събития, декларации, предварителни анонси, хроники, новини. На сайта са оповестени два договора. Платените форми: интервю, дебати, заключителни обръщения, репортажи, новини, клипове.

**БГ РАДИО и РАДИО 1** – доставчиците публикуват информация за сключен договор. Извън него не са излъчвани други платени материали. Безплатни форми не са констатирани.

**Радио ЕНДЖОЙ** – доставчикът оповестява информация за сключени договори. Излъчвани са само платени форми – клипове.

**Радио Веселина** – предизборната тематика не е застъпена. Излъчени са разяснителни клипове на ЦИК.

**БНР е изряден** доставчик относно публикуване на информация за договори. Информацията е подробна. Съдържа точните форми, дата и брой на излъчване, срок и финансова част. Излъчваните материали съвпадат с посочените в договорите. Тези данни позволяват лесна и ясна проверка. Посочените платени форми са излъчвани в обозначените със специален джингъл „Парламентарни избори 2014“ отрязъци, предвидени в Споразумението. Съгласно този документ, всички форми извън специално фиксираните като безплатни, са срещу заплащане по тарифите, също публикувани на сайта на БНР. Налично е изискването при излъчване на платени форми, същите да са отделени чрез визуални, звукови или пространствени средства с указване по подходящ начин, че материалът е платен. Всеки агитационен материал съдържа информация като недвусмислено и разбираемо послание, че купуването и продаването на гласове е престъпление.

#### IV. БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ. БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО РАДИО.

##### 1. БНТ 1.

**Доминират безплатните форми** като времетраене.

Общият брой е 333 броя (31 клипа и 302 участия в диспути и дискуссионни форми), с времетраене 46.30 часа. Съгласно Споразумението за реда и условията на отразяване в програмата на БНТ 1 на предизборната кампания, за безплатно излъчване са определени встъпителните и заключителните клипове, диспутите и други дискуссионни форми. В количествено отношение се откроява присъствието на Коалиция АБВ – (Алтернатива за българско възраждане) и КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА. Те доминират и като време безплатни форми и като брой. Предпочитанията при формите са на страната на диспута и дискуссионния формат.

Сред предаванията, които включват безплатни дискуссионни формати са:

- «Гласоводител» – дискуссионна анкета в рамките на «Референдум», с времетраене 90 мин. Кандидатите за народни представители отговарят на въпроси и дискутират по теми от областта на икономиката, финансите, социалните проблеми и външната политика. Излъчени са четири издания – на 09.09; 16.09; 23.09. и 30.09.2014 г с участието на представителите на 25-те политически сили, без независимите кандидати.
- «Панорама» – седмичният политически обзор е посветен изцяло на кампанията. Трите издания на 12.09; 19.09. и 26.09.2014 г., са с участието на представители на Коалиция АБВ – (Алтернатива за българско възраждане), ПП Глас народен; ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ – НФСБ и ВМРО; КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА; РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – БЗНС, ДБГ, ДСБ, НПСД, СДС; ДПС; ПП ГЕРБ; БСП лява България и ПП АТАКА.
- «Още от деня» – всекидневно актуално-публицистично предаване, времетраене 70 – 75 мин. В него поканените участници представят идеите за управление и мнения по актуални въпроси на обществото.
- «Денят започва» – сутрешен информационен блок, в чиято рубрика «България избира» са излъчени 10 безплатни диспута по 90 минути.

Съгласно Споразумението сса излъчени и още четири безплатни диспута, на 10.09; 17.09; 24.09 и 01.10.2014 г., с участието на представители на 22 партии и коалиции.

**Общият брой платени форми** по БНТ 1 е 351 (161 клипа и 171 репортажа, 8 рубрики – «Пет въпроса» и «Това съм аз» и 11 интервюта), с времетраене – 6.20 часа. ПП ДПС и ПП ГЕРБ са двете политически формации с най голям брой платени форми.

Излъчени са **над 50 клипа в рамките на разяснителната кампания на ЦИК**. БНТ също излъчи **свои разяснителни клипове и агитационни материали**, интервюта с гласоподаватели, материали за хора, които ще гласуват за първи път, както и клип на Асоциация «Прозрачност без граници», с участието на герои от сериала «Под прикритие».

##### БНТ 2.

За програма БНТ 2 в наблюдавания период са излъчени 24 платени клипа и 30 встъпителни и заключителни безплатни клипа на 18 партии и 2 независими, с общо времетраене 17,5 минути. Безплатните диспути са в: Русе – 08.09.2014 г.; Варна – 11.09.2014 г. ; Пловдив – 09.09.2014 г. и Благоевград – 12.09.2014 г. Платените форми са 25 броя (24 клипа и един диспут). Един платен диспут има за Благоевград – на 26.09.2014 (30 минутна дискуссионна форма със Светлин Танчев, представител на КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА).

## **БНТ СВЯТ.**

В програма БНТ СВЯТ съгласно Споразумението са включени всички предавания, в чието съдържание има диспути и други форми на предизборната кампания, излъчени по БНТ 1. В програмата няма агитационни клипове, с изключение на безплатните въстъпителни и заключителни, както и разяснителните на ЦИК, БНТ и Асоциация «Прозрачност без граници».

**БНТ HD** не излъчва агитационни материали за предизборната кампания на извънредните парламентарни избори 2014 година.

## **2. БНР.**

### **ПРОГРАМА ХОРИЗОНТ.**

Общият брой безплатни агитационни форми е 91, общо времетраене 481.1 мин.

Съгласно изискванията на ИК, предизборната кампания започва с въстъпителните клипове, с поредност, съгласно изтегления от ЦИК жребий. В рамките на предвиденото времетраене – до 40 сек., от регистрираните 25 партии и коалиции и 5 независими кандидати, клипове излъчват 13: 1. ПП НОВА БЪЛГАРИЯ (№8); 2. НОВА АЛТЕРНАТИВА (№16); 3. ЛЕВИЦАТА и ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ (№15); 4. НДСВ (№12); 5. ЗЕЛЕНИТЕ (№23); 6. БЪЛГАРСКИ НАЦИОНАЛЕН СЪЮЗ – НД (№3); 7. БЪЛГАРСКА СОЦИАЛДЕМОКРАЦИЯ (№2); 8. Движение 21 (№ 1); 9. БСП лява България (№22); 10. КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА (№13); 11. КП ДЕСНИТЕ (№17); 12. ПП Глас народен (№19); 13. ДПС – Движение за права и свободи (№18).

Заключителните клипове са в последния ден на кампанията – 03 октомври, петък, след информационната емисия в 19:00 ч. Десет от регистрираните партии и коалиция и независимият – Никола Вапцаров се възползват от възможността да отправят безплатно своите заключителни послания, както следва: 1. ПП Нова България 1(№8); 2. ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ – НФСБ и ВМРО (№24); 3. ПП НОВОТО ВРЕМЕ (№4); 4. НОВА АЛТЕРНАТИВА (№16); 5. ЛЕВИЦАТА и ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ (№15); 6. ОБЕДИНЕНА БЪЛГАРИЯ (ОБ) (№5); 7. КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА (№13); 8. РЕПУБЛИКА БГ (№25); 9. КП ДЕСНИТЕ (№17); 10. ПП Глас народен (№19) и 11. Никола Вапцаров – независим.

Прави впечатление **открояващото се участие на малките партии, за сметка на парламентарно представените.**

На 10, 17 и 24 септември и на 01 октомври – сряда, от 14:05 до 16:30 ч., са излъчени четирите планирани безплатни диспути на тема, съответно: «Идеи за развитието на България, екология и качество на живот», «Бъдещето на ядрената енергетика в стратегиите на политическите партии», «Инфраструктурни проекти и стратегията за обработваемата земя в България», «Гражданското общество и демократичните ценности, преходът и дефицитите в Конституцията». Интерес към тази, традиционно най-предпочитана форма на представяне в предизборните кампании проявяват: на първия диспут представители на 17 партии и коалиции и един независим, на втория – представители на 13 партии и коалиции и един независим, на третия – на 14 партии и коалиции и един независим, и на четвъртия – на 19 партии и коалиции и един независим.

Прави впечатление **отсъствието на парламентарните формации ПП ГЕРБ, ПП АТАКА и ПП ДПС – Движение за права и свободи.** Болшинството от участниците, както и независимият Никола Вапцаров, се включват и в четирите диспути.

В безплатните форми по брой участия и безплатно време се открояват формациите ЛЕВИЦАТА и ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ, НОВА АЛТЕРНАТИВА, КП ДЕСНИТЕ и ПП Глас народен, което отново потвърждава тенденцията за по-активното участие на малките партии.

Общият брой на **платените агитационни форми**, излъчени по програма «Хоризонт» е 242, с времетраене 166.49 мин. На основание чл. 189, ал. 1 от ИК, предизборните прояви на участниците в

кампанията се отразяват с традиционните платени форми: клипове, хроники, диспути, както и с други платени форми: визитка, интервю, репортаж, дискусия. Клиповете са 95.28 мин. за общо 182 бр., като най –голям брой има ПП ДПС, следвани от Движение 21 и БСП Лява България. Общо 56 бр. са хрониките, с времетраене 57.66 мин., като тук най-много присъства БСП лява България, следвана от РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК.

Резултатите от наблюдението ясно **открояват количественото преимущество на платените форми над безплатните като брой, но съотношението при времетраенето е точно обратното - безплатното време е в пъти повече от платеното.**

#### **ПРОГРАМА ХРИСТО БОТЕВ.**

За поредна година и в поредна предизборна кампания, тази национална програма на БНР не е припозната от политиците за отправяните от тях послания. Нито една от планираните в Споразумението форми не е реализирана, въпреки че темата не отсъства в общото съдържание на програмата, особено в сутрешния отрязък – «Нашият ден» – «предаване за ежедневието, което се превръща в проблем, предаване за проблемите, които се превръщат в ежедневието». На практика, в ефира на програма «Христо Ботев», предизборната кампания звучи единствено в разяснителните клипове на ЦИК, излъчвани в общите за всички програми на БНР осведомителни бюлетини.

#### **БНР БЛАГОЕВГРАД.**

В тази програма се запазва преимущество на платените форми на участие (61 броя платени форми срещу 1 безплатен диспут с 10 участника по 8 минути). Най-използваната платена форма са хрониките. Отчетливо е преимущество на коалиция БСП ЛЯВА БЪЛГАРИЯ пред останалите политически субекти.

#### **БНР БУРГАС.**

Видимо скромна е в тази програма предизборната кампания, с открояващото се присъствие на ПП ГЕРБ с четири платени репортажа и равнопоставено участие, заедно с още 10 политически субекта в един безплатен диспут, с общо времетраене 59.57 м., разпределено поравно между всички. Извън тези данни прави впечатление скромното присъствие на ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ – НФСБ и ВМРО, предвид местната популярност на НФСБ – участието им е сведено до един безплатен диспут, в рамките 5.27 мин. Общият брой на платените форми е 4, с времетраене 10.35 мин., общият брой безплатни форми – 1, с времетраене 59.57 мин.

#### **БНР ВАРНА.**

За разлика от предходни предизборни кампании, тази е със сравнително по-видимо присъствие на болшинството от политическите сили. В количествено отношение превесът е на страната на платените форми – 66, срещу само 19 на безплатните. По отношение на времетраенето – двата вида материали са съизмеримо паритетни - 83.16 мин., срещу 77.17 мин. С най-голям брой платени материали се представя Коалиция АБВ 31 форми, от които 16 клипа, 10 интервюта, 1 репортаж и 4 хроники, с общо времетраене 53.59 мин.

#### **БНР ВИДИН.**

Една платена форма с времетраене 3 мин. и една безплатна с времетраене 60 мин. – това е предизборната кампания в тази програма. Безплатен е диспутът между пет политически сили: БСП лява България, КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, ПП Глас народен, ПП АТАКА и ЛЕВИЦАТА и ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ. КП ДЕСНИТЕ агитират с платен репортаж.

#### **БНР ПЛОВДИВ.**

Доминиращ брой платени материали при паритет на времетраенето с безплатните това е картината при БНР Пловдив. Общият брой на платените форми е 13, с времетраене 65 мин., а общият брой на безплатните форми – 10 бр., с времетраене 65 мин.

Сравнително активно е участието на малките партии, сред които се открояват най-вече РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – БЗНС, ДБГ, ДСБ, НПСД, СДС, следван от ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ – НФСБ и ВМРО (с 8 платени репортажа), ЛЕВИЦАТА и ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ, както и КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, с участия в диспутите – три платени и един безплатен. Представителят на РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – БЗНС, ДБГ, ДСБ, НПСД, СДС Пенка Деведжиева е участник в три от диспутите, като в първия – платен, е единствена. Общо 72 са клиповете от разяснителната кампания на ЦИК, всеки един с времетраене до 0.30 мин.

#### **РАДИО СОФИЯ.**

В проведения единствен – безплатен, от всички планирани – платени и безплатни диспути, участват представители на 11 политически сили, които разискват темата: «Ще опазим ли здравето на нацията? Възможни политически решения за преодоляване на кризата в системата на здравеопазването, повишаване на здравната култура и по-добри материални стимули за лекарите“. Общото време от близо 70 мин. е съизмеримо разпределено между всички участници, отношението към които, от страна на медията е неутрално. Други агитационни форми не са излъчени.

#### **РАДИО СТАРА ЗАГОРА.**

Общият брой на платените форми е 14, с времетраене 63.25 мин. при една безплатна форма с времетраене 55 мин. Открояващо в кампанията на програмата е участието на РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – БЗНС, ДБГ, ДСБ, НПСД, СДС, с общо 18 на брой, при цялото разнообразие, предлагано от ИК – клипове, интервюта, репортажи и диспути. На второ място по активност е ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ – НФСБ и ВМРО с 10 участия, като останалите са с по едно до три участия.

#### **РАДИО ШУМЕН.**

Голям обем платени форми се констатира за БНР Шумен: общ брой на платените форми – 222, с времетраене 313 мин. Безплатна форма е един единствен предизборен диспут (с времетраене 100 мин.) на тема: «Българският бизнес – перспективи. Системи за стабилност и икономически растеж». Участват 11 представители на партии и коалиции, регистрирани за изборите. Спазени са всички реквизити на закона. Участниците се редуват в изказванията си съгласно изтегления жребий, отношението на водещия към тях е неутрално, в началото и края на диспута е излъчено предупреждението «Купуването и подаването на гласове е престъпление». От планираните седем платени диспута са излъчени само два – на 12.09 и на 03.10.2014 г., с по двама участници, като единият е представител на Коалиция АБВ – (Алтернатива за българско възраждане). От другите платени форми преобладават клиповете и хрониките.

#### **V. БЕЗПЛАТНИ ФОРМИ НА УЧАСТИЕ.**

Освен количествено отчитане на броя и времетраенето на застъпените в програмите безплатни форми (новини, интервюта, дискуссионни предавания), **СЕМ въведе и Индекс на тежест на присъствие** на представители на политическите партии, коалиции и инициативни комитети и кандидати за членове на Народното събрание на Република България в отразяването на изборите в програмите на електронните медии с най-силно влияние. Този индекс се прилага само по отношение на програмите на търговските ДМУ, тъй като обществените оператори сключват предизборно споразумение, което до голяма степен ограничава тяхната предизборна воля.

Изборите за Народно събрание са вторите, след тези за Европарламент, проведени по новия Изборен кодекс, който разграничи безплатните форми на политическа изява в програмите (медии) от платената агитация. Уточнението е важно, защото безплатната изява кумулира в себе си правото на политическия субект да представи идеи и концепции, правото на медията да предостави трибуна на



изява и правото на избирателя да направи своя информиран избор. Тези три права съществуват едновременно, но не дават гаранция, че в рамките на един месец (колкото трае предизборната кампания) могат да променят в значителна степен нагласите на избирателите. Общественото мнение се формира сравнително трайно от различните политически изяви и динамични събития в обществено-политическия живот на страната, които намират медийно проявление и през останалото, значително по-голямо време, извън предизборната кампания.

В този смисъл индексът на тежестта на присъствие на кандидатите в програмите (медиите) има за цел да уточни параметрите на взаимодействие между медията и политическия субект само в рамките на предизборната кампания.

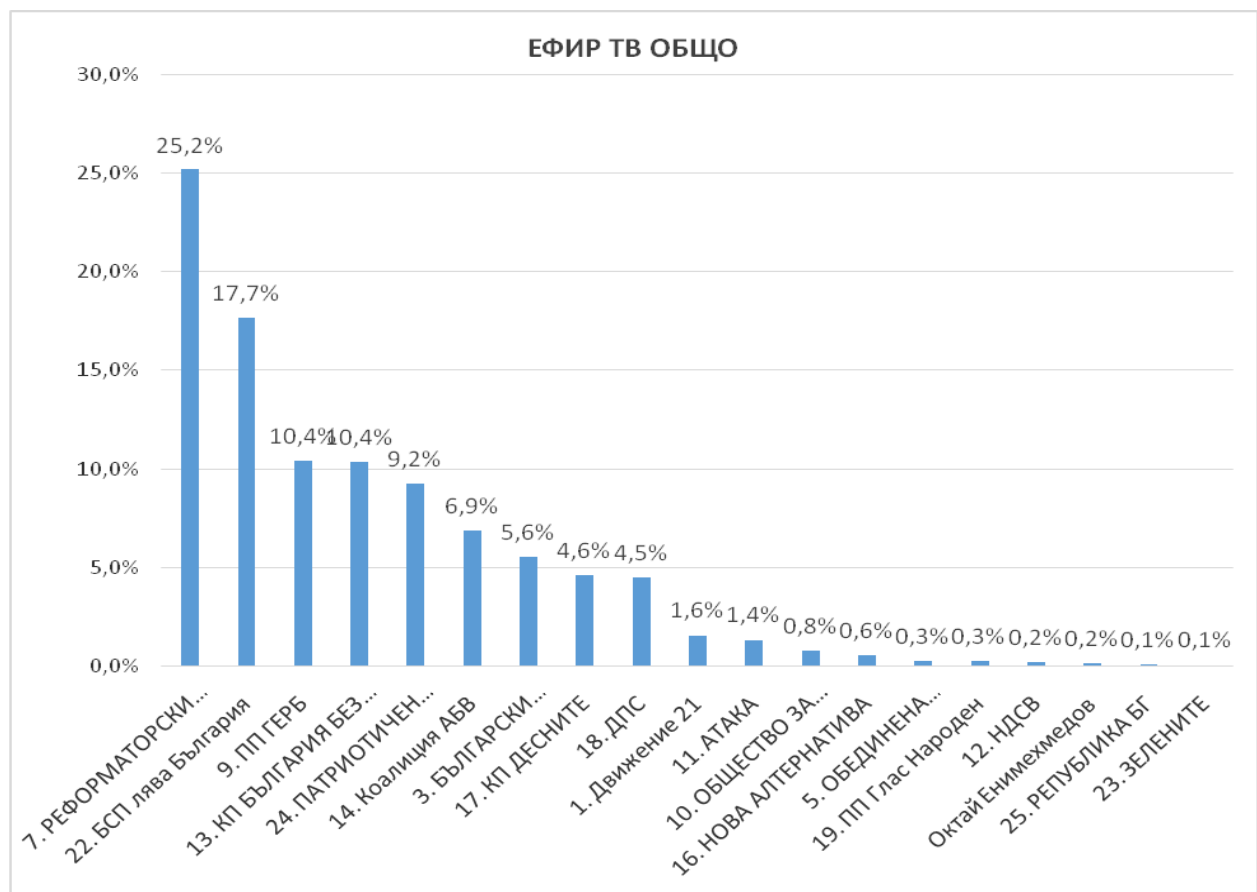
**Методика на изчисление на индекс на влияние.**

Индексът на тежестта на присъствие на кандидатите в програмите (медиите) се формира на базата на обща скала на оценяване с три компонента. Способът на разпространение на медията е съответно: ефир – 3 т., кабел и сателит – 2 т. 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 телевизионна програма е компонент, който участва в оформянето на крайния резултат. 3 точки носи появата в праймтайма (18 до 22 часа). Сутрешното участие в телевизията се оценява на 2 т., 1 т. е в друго време. **Жанровата характеристика** също има различно точково изражение: новина – 4 т., интервю – 3 т., дискусия – 2 т. В таблицата още се съдържа информация за предаването и датата на излъчване. **Данните са представени като се трансформират индексите от точки в проценти.**

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

**Представяне на данните по медии (телевизионен ефир)**

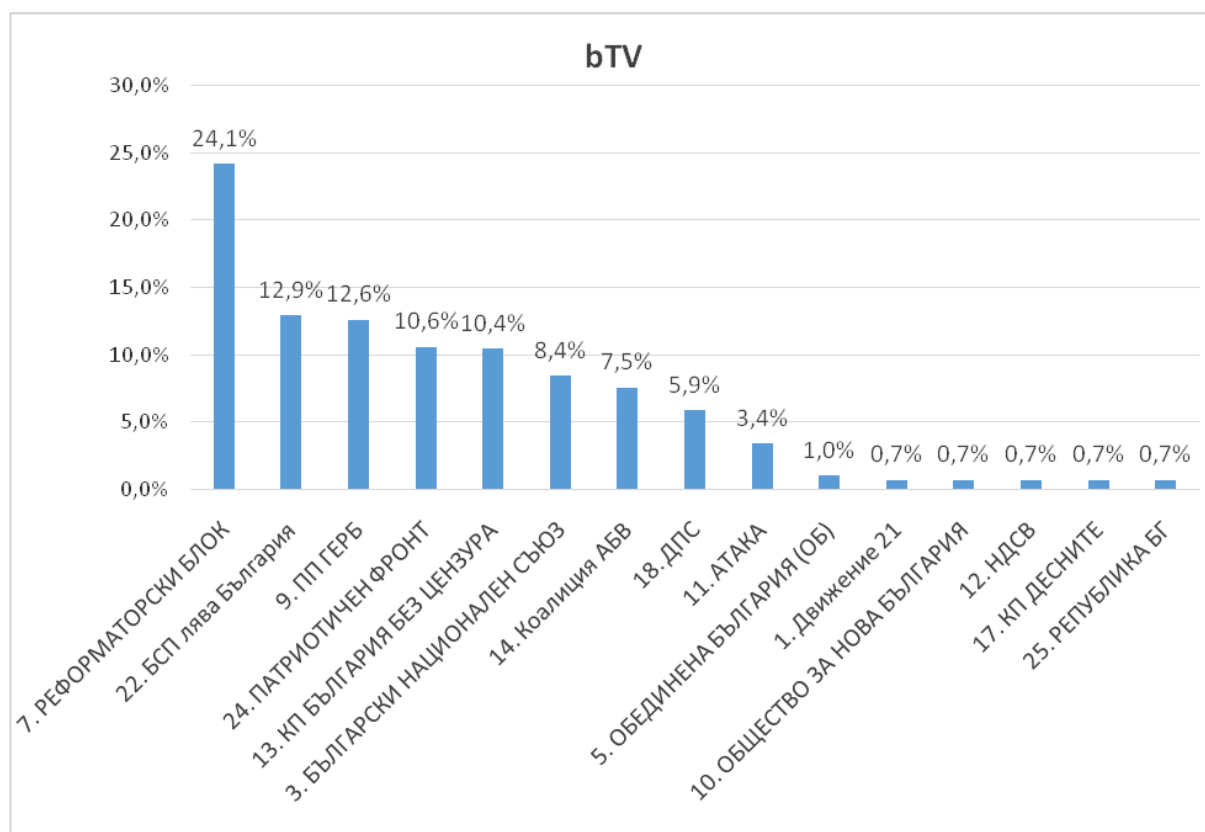
Ето как изглежда общата графика на индекса на тежест, сформиран на базата на изследване и изчисляване на следните телевизионни програми: БТВ, Нова телевизия, ТВ 7, News 7, България он ер.



Реформаторският блок събира най-висок индекс на тежест в общата графика (25,2%), БСП лява България са на второ място с значително по-нисък резултат (17,7%), ПП ГЕРБ и КП България без цензура си поделят третото място (10,4%). След тях са: Патриотичен фронт (9,2%), Коалиция АБВ (6,9%), Български национален съюз (5,6%), КП Десните (4,6%), ДПС (4,5%), Движение 21 (1,6%), Атака (1,4%). Под един процент са: Общество за нова България (0,8%), Нова алтернатива и Обединена България (0,2%), ПП Глас народен и НДСВ (0,2%), Република БГ, Зелените и независимия кандидат Октай Енимехмедов (0,1%). Следват описания и данни по медиите:

В програма **bTV** най-висок индекс на тежест на присъствие на кандидатите в програмите (медиите) има Реформаторският блок (24,1%). След тях с двойно по-нисък почти идентичен резултат са БСП лява България (12,9%) и ГЕРБ (12,6%). Четвърто и пето място си поделят - също с близки резултати, ПФ и ББЦ (10,6% и 10,4%). БНС е веднага след тях (8,4%), Атака сформира индекс от 3,4%, което ѝ отрежда 9-то място в скалата на оценяване. Коалиция АБВ и ДПС са съответно на 7-мо и 8-мо място (7,5% и 5,9%). Под един процент имат следните партии: Обединена България, Движение 21, Общество за Нова България, НДСВ, КП Десните и Република БГ. Всички останали партии, коалиции и инициативни комитети, регистрирани за изборите в ЦИК, не са идентифицирани като безплатно участие в медията.

Данните в графичен вид.

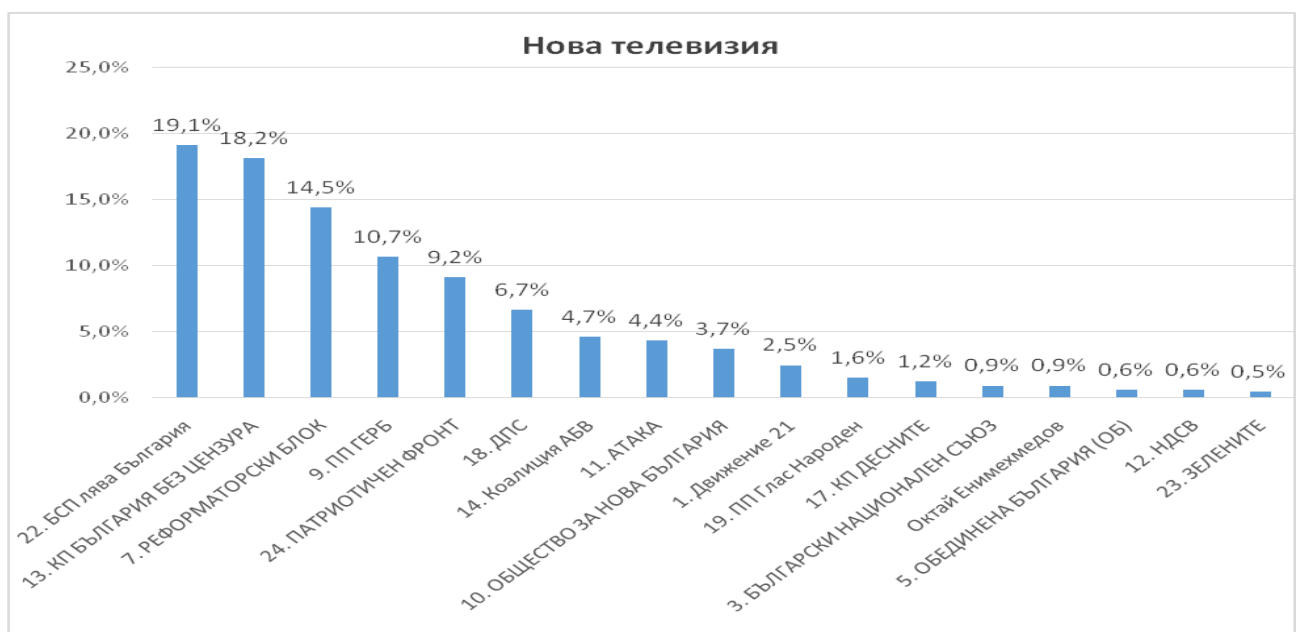


Високият индекс на тежест при Реформаторския блок се сформира на базата на 5 появи в праймтайма на медията и 7 появи в новините (които носят висока оценка), както и четири най-високи резултата вследствие на съчетанието на силна оценка от компонентите (например – ефир (3 т.), праймтайм (3 т.) и новина (4 т.)). БСП лява България, за разлика от Реформаторския блок, не

сформира висока оценка, има една поява в праймтайма, един път се появява в новини. Индексът на тежестта на представяне на кандидатите е идентично сформирани при ГЕРБ, Патриотичния фронт и КП България без цензура. Те имат по една максимално висока оценка, по една поява в праймтайма и по 1 участие с новина в централна информационна емисия. ДПС няма поява в праймтайма, няма и максимална оценка.

В програма **Нова телевизия**, за разлика от **bTV**, Реформаторският блок остава на трето място (14,5%). На първо и второ място са БСП лява България и ББЦ (19,1% и 18,2%). Индексът на тежест на ГЕРБ му отрежда четвърто място (10,7%). ПФ и Атака са съответно на пето и осмо място с индекс на тежест съответно 9,2% и 4,4. Между тях са ДПС (6,7%) и АБВ (4,7%). Следват: Общество за Нова България (3,7%), Движение 21 (2,5%), Глас народен (1,6%), КП Десните (1,2%), БНС (0,9%), Обединена България (0,6%), НДСВ (0,6%), Зелените (0,5%). Индекс на тежест сформира и независимият кандидат за народен представител Октай Енимехмедов (0,9%). Това е и единствената поява на независим кандидат в изследваните медии. На 17 политически субекта е предоставено ефирно време за изява, всички останали партии, коалиции и инициативни комитети, регистрирани за изборите в ЦИК, не са идентифицирани като безплатно участие в медията.

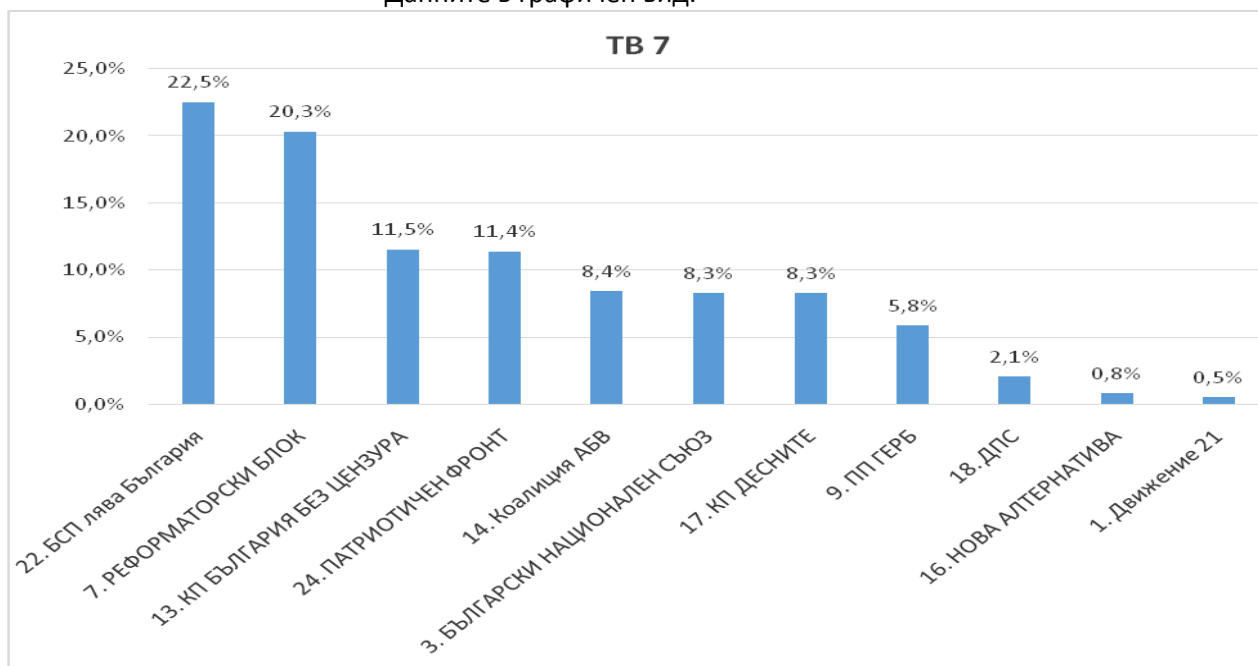
Данните в графичен вид.



Освен чрез повече участия в програмата (медията) БСП лява България и България без цензура са сформирали високия си индекс от 2 максимални оценки и 4 появи в най-гледаното телевизионно време. ДПС и Реформаторския блок нямат максимални оценки, не се идентифицира участие в праймтайма, а разликата в индекса на тежест идва от по-многобройното представяне на РБ.

В **ТВ 7** предимство по отношение на индекса на тежестта на присъствие на кандидатите в програмите (медията) има БСП лява България (22,5%). Втори са Реформаторският блок (20,3%). България без цензура и ПФ са с индекс на тежест съответно 11,5% и 11,4%. Веднага след тях идентични резултати помежду си имат АБВ и БНС – 8,4% и 8,3%. ГЕРБ са на осмо място в скалата с 5,8%. Следват: ДПС (2,1%), Нова алтернатива (0,8%), Движение 21 (0,5%).

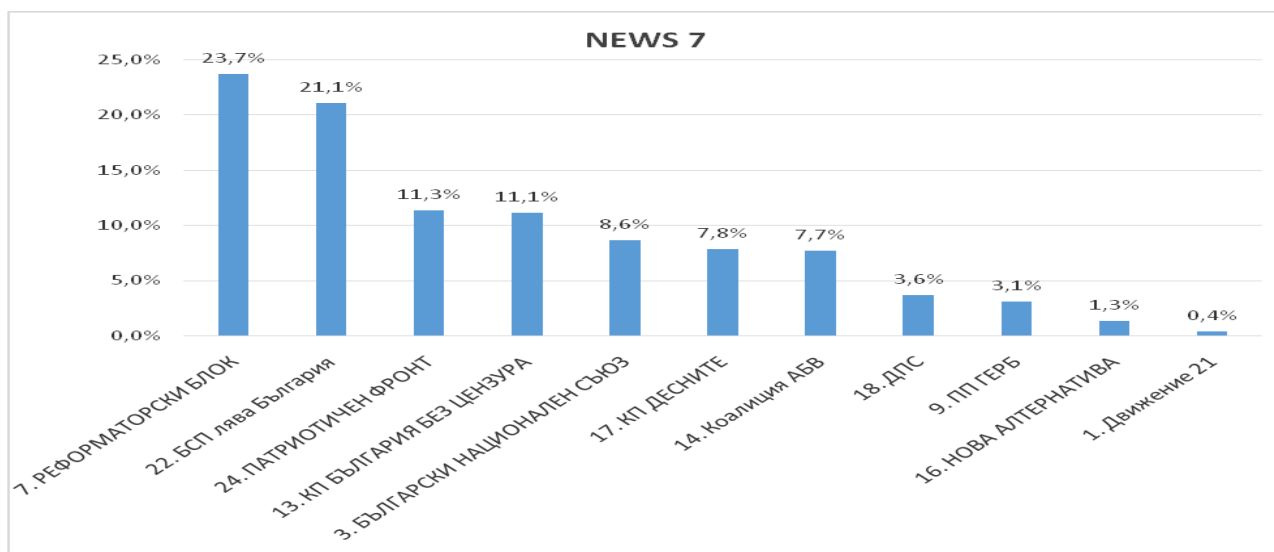
Данните в графичен вид.



Първите два политически субекта с най висок индекс са го постигнали не само чрез по-голямо участие, но и още с 3 максимални оценки, 3 пъти поява в праймтайма и 5 пъти в новини при БСП лява България, при Реформаторския блок – 4 максимални оценки, 4 пъти – в най-гледаното време и 10 пъти в новини. България без цензура имат най-много високи оценки – 5 и 5 пъти поява в праймтайма, но индексът им на тежест ги праща на трето място поради факта, че има по-малко представяния в ефир.

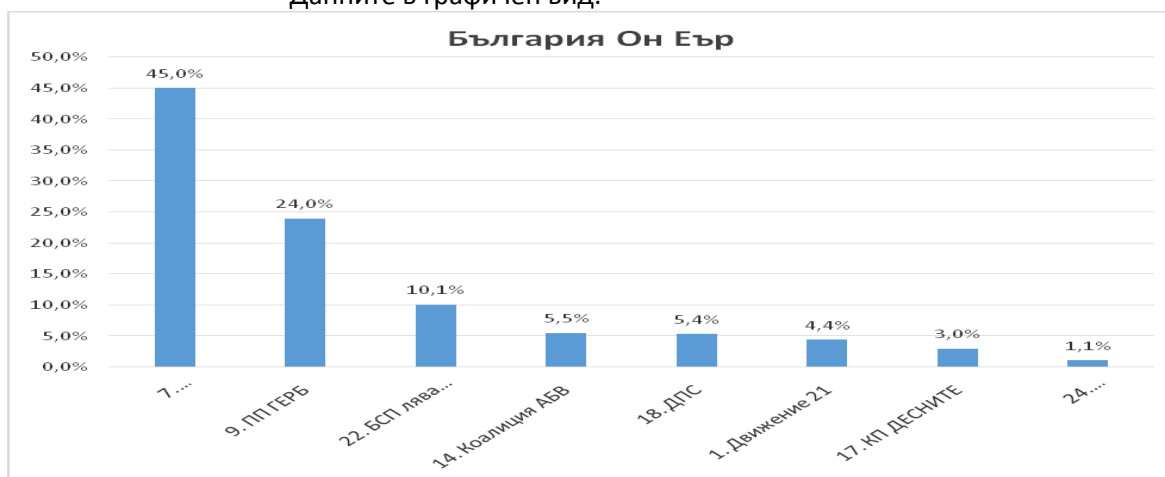
В **NEWS 7**, сравнено с ТВ 7, Реформаторският блок излиза на челни позиции (23,7%) пред БСП лява България (21,1%). ПФ и ББЦ отново имат близки резултати (като при ТВ 7) – 11,3% и 11,1%. Следват БНС (8,6), КП Десните (7,8%), АБВ (7,7%). Със значително по нисък индекс на тежест са ДПС (3,6%), ГЕРБ (3,1%), Нова алтернатива (1,3%) и Движение 21 (0,4%). Всички останали партии, коалиции и инициативни комитети, регистрирани за изборите в ЦИК, не са идентифицирани като безплатно участие в медията.

Данните в графичен вид.



Реформаторският блок е първи по индекс на тежест на присъствие на кандидатите в телевизионната програма **Bulgaria on air** (45%), на второ място е ГЕРБ (24%). С четири пъти по-нисък резултат е БСП лява България (10,1%) 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%).

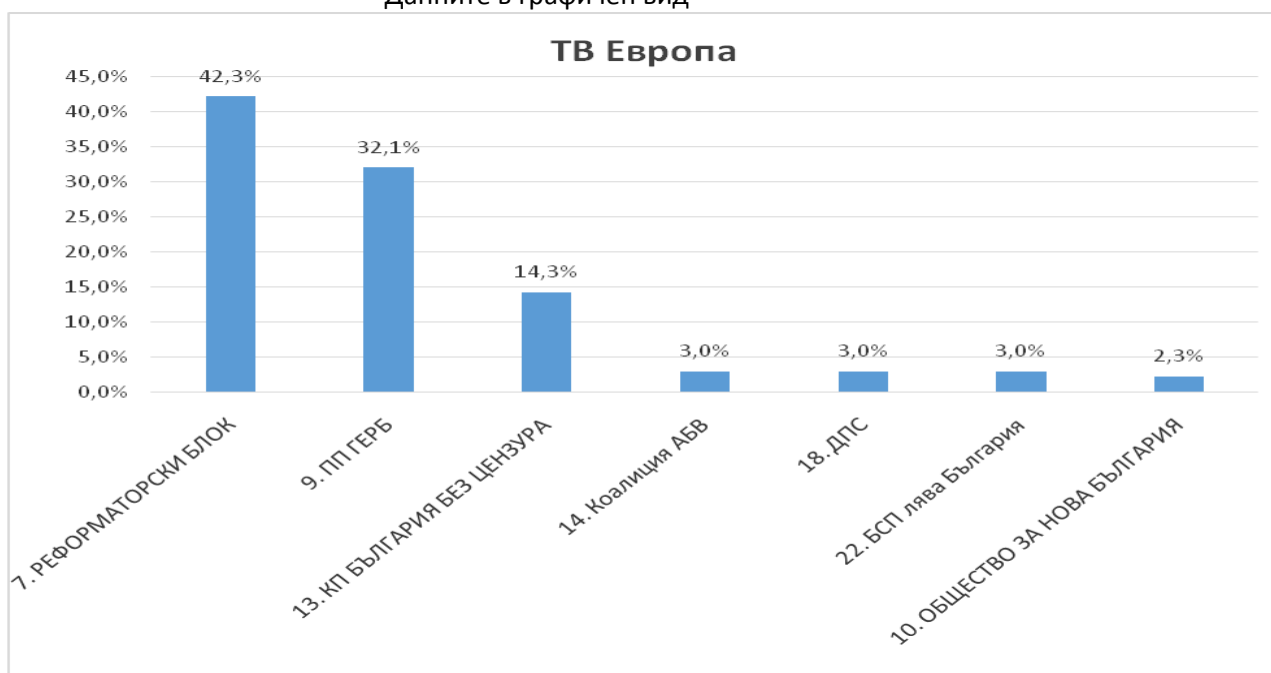
Данните в графичен вид.



Характерно за програма България он ер е ротацията на новините. Разликата в индекса на тежест при партийните субекти е следствие на различното време на поява в ефир, както и на различните участия като брой представяния в ефир. Най-многобройно участие има Реформаторският блок – 47 с 8 максимални оценки и 13 пъти – в най-гледаното време. С двойно по-ниски показатели веднага след тях е ПП ГЕРБ – 27 участия, 4 максимални оценки и 7 пъти поява в праймтайма. Висока оценка липсва при АБВ.

Реформаторският блок и ГЕРБ са на първо и второ място по индекс на тежест на присъствие на кандидатите и в програма Телевизия Европа, съответно – 42,3% и 32,1%. На трето място със сравнително по-нисък резултат от първите двама е КП ББЦ (14,3%). АБВ, ДПС и БСП лява България имат еднакъв индекс на тежест (3%). Обществото за Нова България е на последно място

Данните в графичен вид



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

При телевизионните програми най-висок индекс на тежест получава Реформаторският блок (25,2%). При изборите за Европарламент това място беше за БСП лява България (21,5%), докато сега тя е на второ място с 17,7%. С еднакъв индекс на тежест са ПП ГЕРБ и България без цензура (10,4%), което ги нарежда на трето място. При **националистически формации** по индекс на тежест води Патриотичният фронт (9,2%), на шест позиции след нея е ПП Атака (1,4%). Коалиция АБВ (6,9%) е на пето място по индекс на тежест, ДПС е на осмо място с 4,5%. С една десета разлика пред тях са КП Десните (4,6%).

**С изключение на КП Десните, всички останали осем формации имат вече представителство в Парламента на Република България след проведените избори на 5 октомври.** Постигнатите резултати като проценти и брой мандати не съвпадат с формирането на индекса на тежест, вследствие на медийното участие на политическите субекти. Например: най-голямата парламентарно представена партия ГЕРБ (10,4%) има индекс на тежест, който отговаря на третото място в скалата на оценяване, а ДПС (4,5%), на които народният вот определи третото място в Парламента (с разлика по малко от една единица след вторите – БСП лява България (21,5%)), по индекс на тежест се нареждат на осмо място. Както при Евроизборите, България без цензура запазва третото си място по индекс на тежест, но с различно числово изражение (10,4%). Интересното е, че Патриотичният фронт (9,2%), който за първи път ще има представители в Народното събрание е със сравнително висок индекс на тежест в сравнение с друга националистическа формация - ПП Атака (1,4%), която претърпя значителен отлив на гласове на тези избори. Тя получава 10-та позиция в скалата. Сформираният индекс на тежест от 25,2% определи Реформаторският блок да бъде на първа позиция. Веднага след тях са БСП лява България (21,5%), които са на второ място в Парламента.

Този път групата на Зелените – Партия на зелените, Зелена партия и Зелените, имат едно участие - в Нова телевизия. В същата медия едно единствено участие има и независим кандидат.

В процентно съотношение политически формации с участие в медиите имат сравнително висок дял – 72%, непредставените са 28 на сто, което е едно сравнително високо представителство.

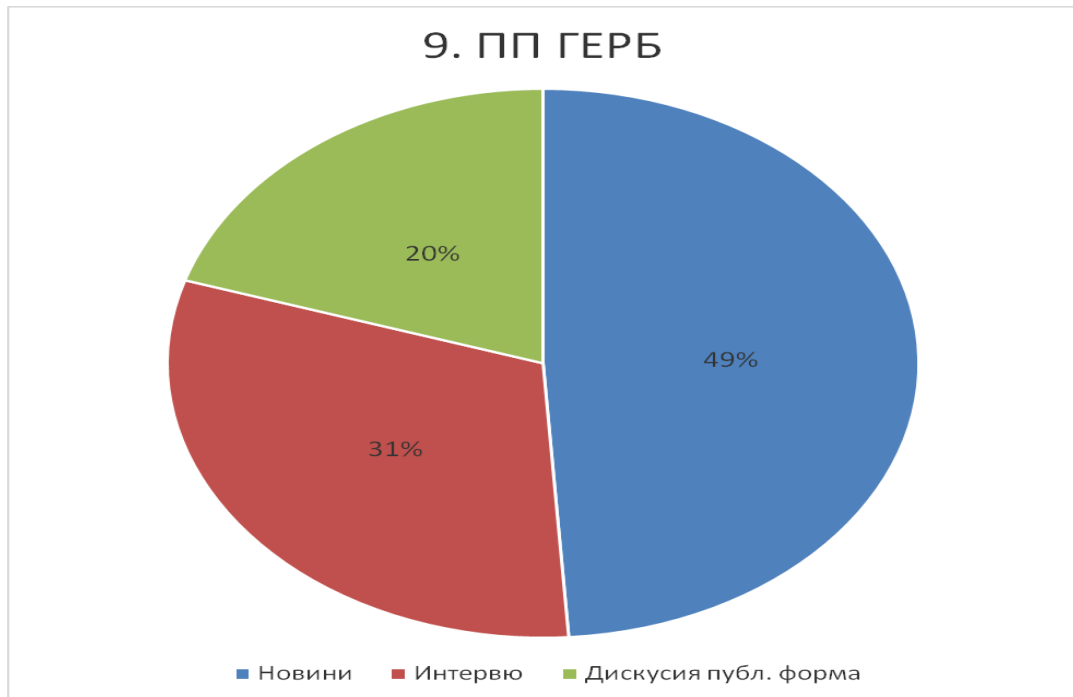
Данните в графичен вид





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 за седем политически формации, излъчили депутати. Изключение от това прави БСП лява България, които са дали най-много интервюта.

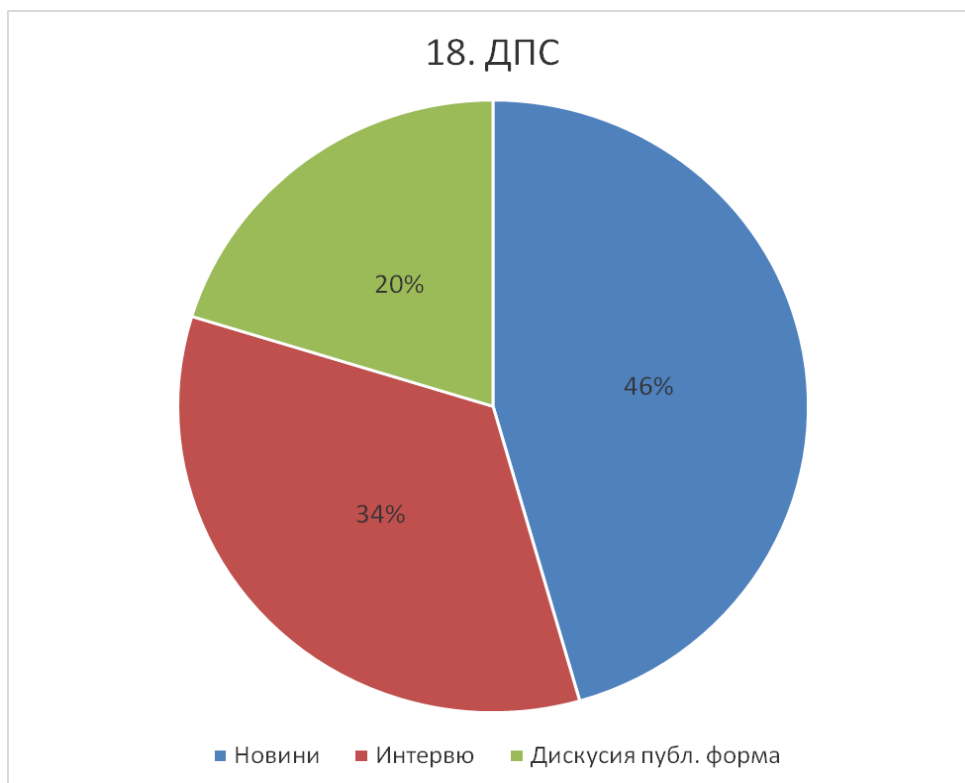
При **ПП ГЕРБ** новините съставляват 49 на сто от общото участие, публицистичните форми и интервюта са съответно 20% и 31%:



При БСП лява България интервюта доминират като безплатна форма, новините са 36 на сто, а дискуссионните форми 12%.



ДПС има сравнително висок процент участие в новини 46 на сто (по време на предизборната кампания за избор на евродепутати при тях доминираше дискусията), след това са интервютата.



Реформаторският блок влиза в новините на медиите с 62 на сто от отреденото им медийно време. 28 на сто са интервютата и едва 10 на сто са дискуссионните форми.



КП България без цензура има също стабилно участие в новинарските емисии с 59 на сто, интервютата са 23 процента, а дискусиите – 18 на сто.



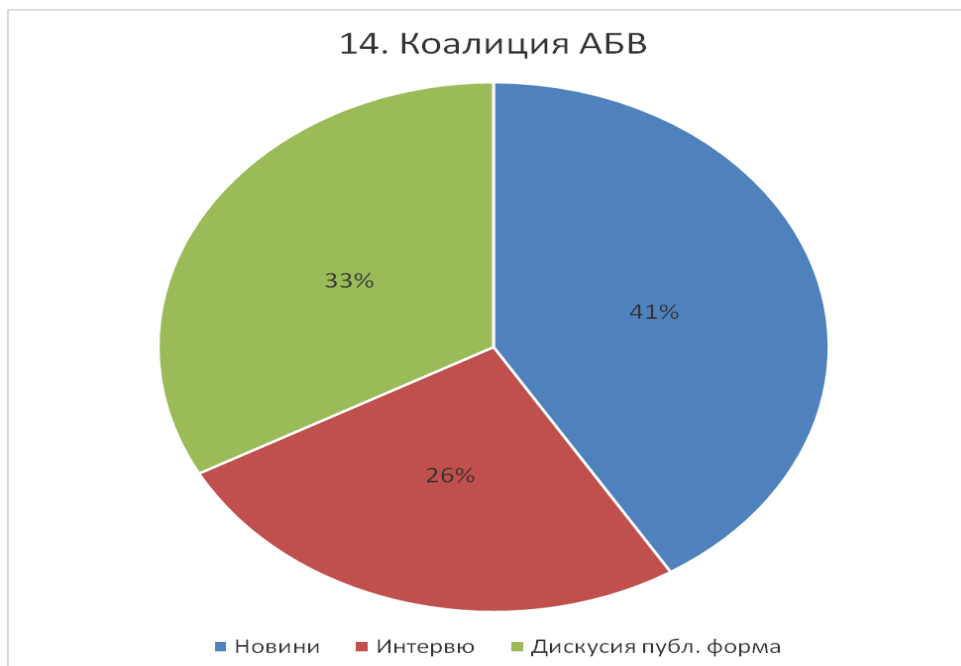
Патриотичният фронт има 47 на сто участие в новини, почти наравно са разпределени дискуссионните форми и интервютата, съответно 27% и 26%.



Като процентно изражение ПП Атака има най-голямо участие с новини, при формацията дискуссионните форми и интервютата са почти наравно – 13% и 12%



При Коалиция АБВ съотношението е следното: новини 41%, дискуссионни форми 33%, интервюта 26 процента.



За разлика от изборите през м.май, графиките данните показват, че в процентно отношение са се **увеличили дискуссионните форми**. Това се дължи най-вероятно на вътрешнополитическата проблематика и желанието на политическите субекти за пряк двубой. Високият процент участие в новини, идентифициран при седем политически формации, е следствие на анализа при телевизионни програми с изявен информационен профил. Това са Bulgaria on air, News7 и Телевизия Европа. От друга страна, повторемостта на новините в една и съща програма, също спомага за сформирание на **висок процент новинарско присъствие** на партиите, кандидатите за народни представители и политически лица. Важно е да се отбележи, че при тези телевизионни оператори, за които се изчислява индексът на тежест, **не е констатирана платена политическа агитация в емисиите новини**. Излъчените новини са с информационен повод.

Анализът на сравнението между участията на партиите и броя на участниците от същата партия в дадена програма **не потвърди хипотезата, че при формациите от лидерски тип е възможно да има голяма разлика в броя участия – участници**. Почти при всички партии има различно съотношение между представяния на самата партия и представители на партията. Обикновено участията на партията са повече, поради участието на едни и същи събеседници в медиите в предизборната кампания.

Данните за сумите по медии и по партии.

НАИМЕНОВАНИЕ НА ПАРТИЯ	МЕДИЯ								ОБЩА СТОЙНОСТ (без ДДС)
	НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ	БТВ	БЪЛГАРИЯ ОН ЕР	ЕВРОКОМ	КАНАЛ 3	ДАРИК РАДИО	РАДИО К2	TV 7	
9. ПП ГЕРБ	12750,00	19189,60	6935,00	6666,67	16666,67	17840,00	5000,00		<b>85047,94</b>
7 .РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК	60782,99	219983,63				19680,00			<b>300446,62</b>
13. КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА	358551,67	458802,80		55700,00		33160,00			<b>906214,47</b>
14. КОАЛИЦИЯ АБВ	60000,00	64668,08	15210,00		16666,67	24430,00			<b>180974,75</b>
22. БСП ЛЯВА БЪЛГАРИЯ	80000,00	84884,00	41990,00	8333,33	50000,00	49388,00		42500,00	<b>357095,33</b>
18. ДПС	86380,00	73451,05	13680,00	13794,00		61880,00			<b>249185,05</b>
24. ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ	12155,00	30596,60			30000,00	15096,00		19000,00	<b>106847,60</b>

Информацията от договорите с политическите партии на интернет страниците на доставчиците на медийни услуги сравнена с констатираните данни от специализирания мониторинг в СЕМ не дават основания за съмнения, че има обвързаност между платените и безплатните форми на политическа изява.

#### VI. СЪВМЕСТНА ДЕЙНОСТ НА СЕМ И ЦИК В РАМКИТЕ НА ОБВЪРЗАНА КОМПЕТЕНТНОСТ.

СЕМ и ЦИК и при тази кампания са работили при много добра координация и комуникация. Двете институции си партнират на базата подписано между тях Споразумение. СЕМ препраща казуси на ЦИК по компетентност, констатирани в хода на кампанията. ЦИК самостоятелно преценява наличието на нарушение, съгласно текстовете на Изборния кодекс.

На основание на мониторинга върху дейността на доставчиците на медийни услуги във връзка с предизборната кампания за Парламентарни избори 2014 СЕМ е изпратил по компетентност следните материали:

1. Програма „КАНАЛ 3“ на доставчика на медийни услуги „Елит Медиа България“ ЕООД - излъчен „Платен репортаж“ на ПП АТАКА. Материалът съдържа кадри, жестове (среден пръст) и изрази, които биха могли да се квалифицират като несъответстващи на добрите нрави. С Решение 1081-НС от 26.09.2014 г. ЦИК е установила нарушение на забраната за използване на агитационни материали, които накърняват добрите нрави в изборите и е постановила спиране излъчването на клипа в електронните медии и интернет. Освен използването на жестове, накърняващи

добрите нрави клипът съдържа и кадри с деца, в които е вплетена ведно с политическата символика и предизборната дейност на политическата партия, което е в нарушение на забраната на чл. 11, ал. 4 от Закона за закрила на детето, според която всяко дете има право на закрила срещу въвличането му в политически дейности”.

2. Програма “Пловдивска Телевизия Тракия” на доставчика на медийни услуги САТ ТВ ООД - излъчено интервю с Николай Цонев – водач на листата на ПП Нова алтернатива. През цялото времетраене на интервюто Николай Цонев е ситуиран пред агитационните материали на партия - плакати с надпис „Стига толкова!” и номерът на бюлетината за гласуване - №16. Едновременно с това Цонев държи в ръцете си плакат със същия текст, който попада в кадър.
3. Програма „Пловдивска Телевизия Тракия“ на доставчика на медийни услуги “САТ ТВ” ООД - в обозначен рекламен блок непосредствено след шапката “Реклама” и каш “Избори 2014” е включен предизборен клип на ПП “Нова алтернатива”. Материалът съдържа кадри, жестове и изрази, които биха могли да се квалифицират като несъответстващи на добрите нрави.
4. Предизборни материали на КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА, свързани с изказването на Николай Барекков, председател на партията, за блокиране на българската граница с Турция. Включени са в програмите Нова телевизия, БТВ, Евроком. С решение 1093-НС от 27.09.2014 г. ЦИК е установила нарушение на забраната за използване на агитационни материали, които накърняват добрите нрави и доброто име на кандидатите на ПП ДПС. Мотивите: „... че са отправени политически внушения за действия на ПП ДПС, които не са в интерес на българските граждани и на българската държава, с които се накърняват доброто име на кандидатите от друга политическа партия, регистрирана за участие в изборите на 5 октомври 2014 г. Отправянето на такива политически внушения представлява нарушение на забраните за използване на агитационни материали по чл. 183, ал. 4 от ИК - „накърняване на добрите нрави и доброто име на кандидатите”. Защото добрите нрави като морална категория се сблъскват с умишлено създаденото внушение за действия на кандидатите на ПП ДПС, които не са в интерес на българските граждани и на българската държава.”
5. Програма „БНТ 1” - излъчен агитационен клип на ПП „БЪЛГАРСКИ НАЦИОНАЛЕН СЪЮЗ „НОВА ДЕМОКРАЦИЯ”, с участие на дете с националния флаг в ръце. ЦИК е постановила Решение 1039-НС от 22.09.2014 г., с което установява нарушение на забраната за използване на агитационни материали, които накърняват добрите нрави в изборите и постанови спиране излъчването на същия агитационен клип. Мотивите: „с излъчването на тези кадри се нарушава забраната за използване на агитационни материали, които накърняват добрите нрави. И това е така, защото политическата агитация с използване на деца е изрично забранена по аргумент от чл. 11, ал. 4 от Закона за закрила на детето, според която всяко дете има право на закрила срещу въвличането му в политически дейности. Освен това, тичащото дете с националния флаг в ръце се появява и на фона на дикторското съобщение „Български национален съюз”. Свързването на политически субект с националния флаг по този начин нарушава чл. 5 от Закона за политическите партии, съгласно който политическите партии не могат да използват в своите символи герба или знамето на Република България.”
6. Клип на ПП ДПС, - отново заради използване на кадри с деца, излъчен по БТВ, Нова телевизия и др. медии. С Решение 1072-НС от 25.09.2014 г. ЦИК е установила нарушение на забраната за използване на агитационни материали, които накърняват добрите нрави в изборите и е постановила спиране излъчването на същия агитационен клип.
7. СЕМ е извършил и проверки във връзка със сигнали на ГИЗДИ относно спазването на разпоредбите на чл. 205, ал.1 и 2 от ИК. Констатациите от проверките, както и записи, са изпратени на ЦИК.
8. Сигнал на Министерство на отбраната до СЕМ срещу агитационен репортаж на ПП България без цензура, излъчен по програма БТВ, е препратен по компетентност в ЦИК, която с Решение 1087 от 27.09.2014 г. е установила нарушение на забраната за използване на агитационни материали, които накърняват добрите нрави. Става дума за платен репортаж на коалиция



„България без цензура“, в който се отразява участие на представителите на партията в отбелязване Деня на независимостта на България във Велико Търново. Мотивите: „... с описаните кадри ПП „България без цензура“ въвлича в предизборната агитация представители на Въоръжените сили, с което по недопустим начин излиза от предпоставената от чл. 11, ал. 2 от Конституцията рамка за „недържавност“ на политическите партии. Манипулативно се използва респектът, вдъхван от стройните редици на военнослужещите, в полза на обсъжданата партия/коалиция. Това нарушение следва да се субсумира в най-широкия по обем състав от забраните за използване на агитационни материали по чл. 183, ал. 4 от ИК - „накърняване на добрите нрави“. Защото добрите нрави като морална категория се сблъскват с умишлено създаденото внушение за участие на военнослужещи в конкретното политическо послание“.

9. Предизборен клип на ЗЕЛЕНИТЕ по програма „bTV“ - СЕМ препраща сигнал от Общинския съвет по наркотични вещества Благоевград. В края на агитационния материал, преди задължителното послание „Купуването и продаването на гласове е престъпление“, се чува фразата „И свобода за конопа!“. С решение 1209-НС от 02.10.2014 г. ЦИК е установила нарушение на забраната за използване на агитационни материали, които накърняват добрите нрави и е постановила спиране излъчването на агитационния клип в електронните медии и интернет.
10. „Телевизия Европа“ – по сигнал на СЕМ ЦИК е установила нарушение на изискването разпоредбата на чл. 179 от ИК при излъчване на платени форми на отразяване на предизборната кампания - доставчикът на медийната услуга да ги отделя чрез визуално или звуково средство, както и да указва по подходящ начин, че материалът е платен.
11. „Канал 3“ - на 5 октомври 2014 г. в 18,10 ч. са огласени данни под формата на информация за метеорологична прогноза и за измерени температури в определени градове, които носят имена, идентични с имената на политически лидери на партии и коалиции, регистрирани за участие в изборите. СЕМ е изпратил сигнал в ЦИК, която с Решение № 1287-НС от 07.10.2014. е установила нарушение на чл. 205, ал. 5 от ИК за огласяване на резултати от допитвания до общественото мнение.
12. „Още от деня“ на БНТ1 – по повод излъчено на 05.10.2014 г. предаване, съдържащо изказвания за политици, които биха могли да се приемат за предизборна агитация СЕМ сезира ЦИК, която с решение 1309 от 09.10.2014 г. е установила нарушение на забраната за извършване на предизборна агитация в изборния ден. Мотивите: „... В рамките на проведения разговор с гостите на предаването Мартин Захариев и Максим Бехар на екран в студиото са показани снимки на публични личности, представители на политически партии и коалиции, регистрирани за участие в изборите за народни представители на 5 октомври 2014 г. След всяко показване на снимка на публична личност водещият Димитър Цонев приканва гостите в студиото да направят оценка на качествата на лицата, които са регистрирани като кандидати в кандидатските листи на партиите и коалициите. На поставените от водещия въпроси всеки от гостите е дал личната си оценка за качествата на съответната личност. ЦИК прие, че изказването на лични мнения и даването на лични оценки на лица, които са регистрирани като кандидати за народни представители от кандидатски листи на партии и коалиции, регистрирани за участие в изборите за народни представители, несъмнено съдържа внушения за подкрепа или неподкрепа на кандидат, партия или коалиция при участието ѝ в изборите“.
13. Предаването „България гласува“ по ТВ 7 и Нюз 7 (излъчено едновременно) – в изборния ден, интервю, в което са използвани обидни квалификации към конкретен политик и език, несъобразен с добрите нрави. По този повод СЕМ сезира ЦИК, която с Решение № 1325-НС/10.10.2014 г. е установила нарушение на забраната за извършване на предизборна агитация в изборния ден.

## VII. ПРИЛОЖЕНИЯ



### БНТ 1

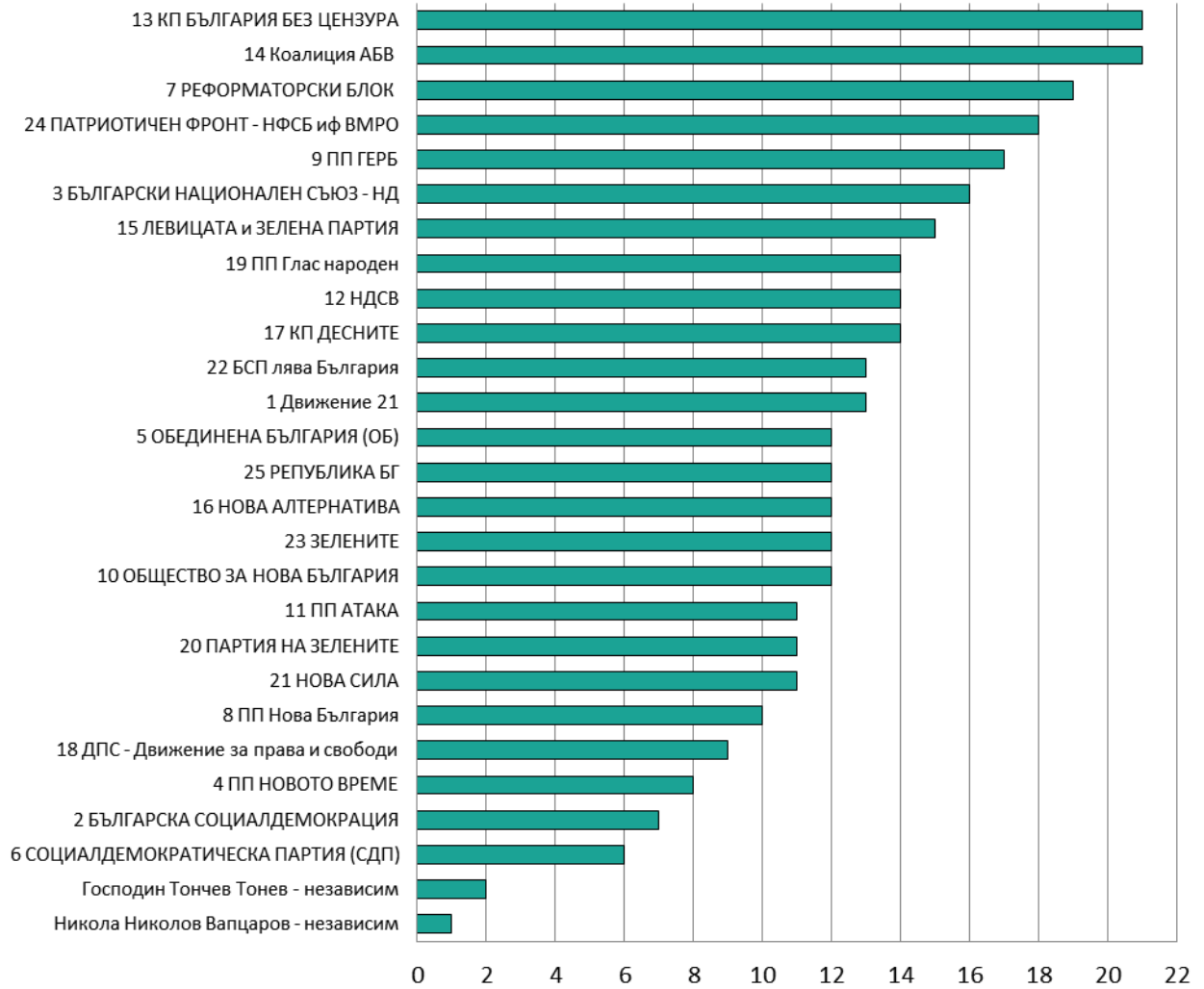
Безплатни форми по партии в програмата.

Количество - **общо 333 броя**: 31 клипа и 302 участия в диспути и дискусии

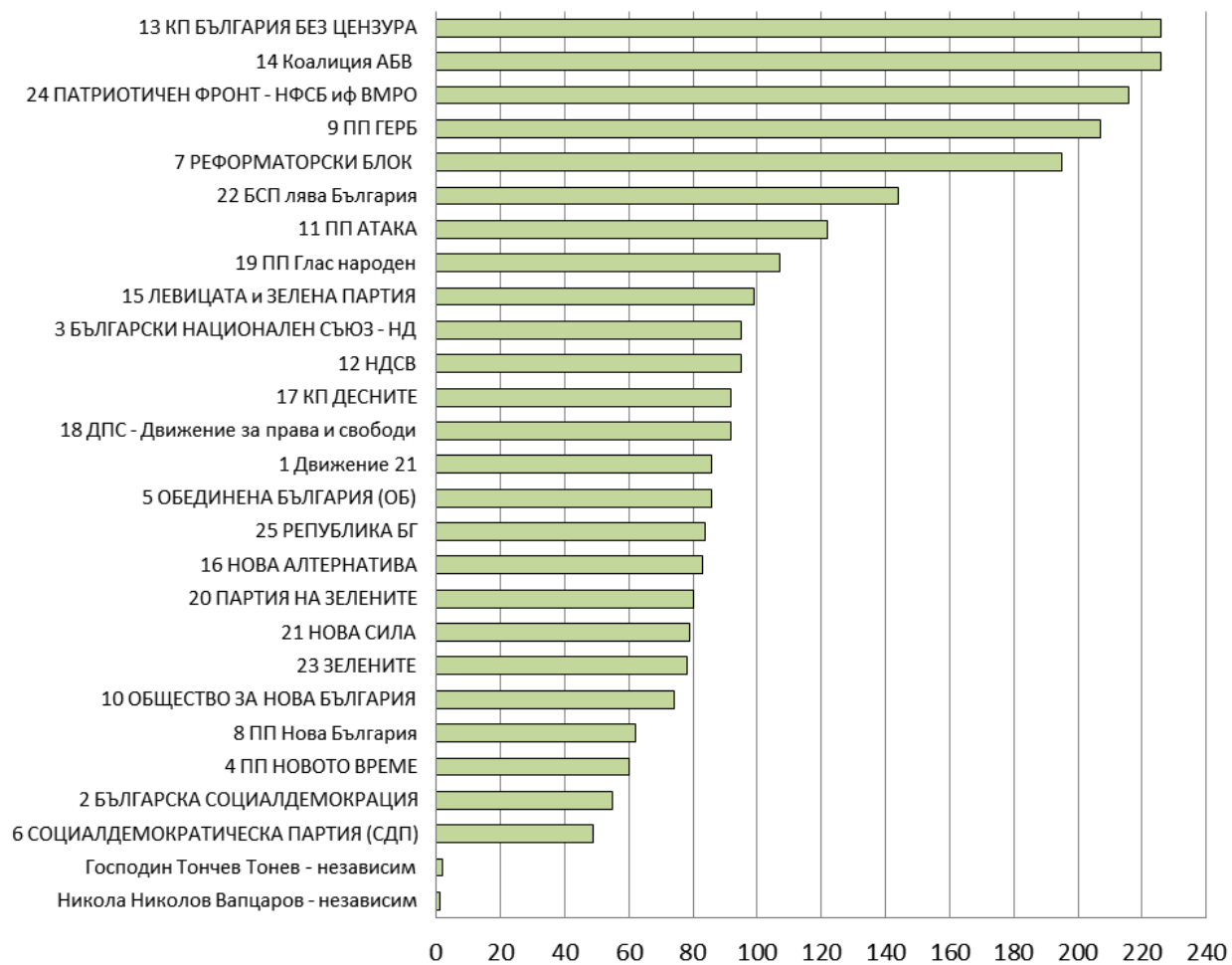
Времетраене – **общо 46 часа и 30 минути**

КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА – 21 броя с времетраене 226 минути  
Коалиция АБВ - (Алтернатива за българско възраждане) – 21 броя с времетраене 226 минути  
РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - БЗНС, ДБГ, ДСБ, НПСД, СДС – 19 броя с времетраене 195 минути  
ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ - НФСБ и ВМРО – 18 броя с времетраене 216 минути  
ПП ГЕРБ – 17 броя с времетраене 207 минути  
БЪЛГАРСКИ НАЦИОНАЛЕН СЪЮЗ – НД – 16 броя с времетраене 95 минути  
ЛЕВИЦАТА и ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ – 15 броя с времетраене 99 минути  
ПП Глас народен – 14 броя с времетраене 107 минути  
НДСВ – 14 броя с времетраене 95 минути  
КП ДЕСНИТЕ – 14 броя с времетраене 92 минути  
БСП лява България – 13 броя с времетраене 144 минути  
Движение 21 – 13 броя с времетраене 86 минути  
ОБЕДИНЕНА БЪЛГАРИЯ (ОБ) – 12 броя с времетраене 86 минути  
РЕПУБЛИКА БГ – 12 броя с времетраене 84 минути  
НОВА АЛТЕРНАТИВА – 12 броя с времетраене 83 минути  
ЗЕЛЕНИТЕ – 12 броя с времетраене 78 минути  
ОБЩЕСТВО ЗА НОВА БЪЛГАРИЯ – 12 броя с времетраене 74 минути  
ПП АТАКА – 11 броя с времетраене 122 минути  
ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ – 11 броя с времетраене 80 минути  
НОВА СИЛА – 11 броя с времетраене 79 минути  
ПП Нова България – 10 броя с времетраене 62 минути  
ДПС - Движение за права и свободи – 9 броя с времетраене 92 минути  
ПП НОВОТО ВРЕМЕ – 8 броя с времетраене 60 минути  
БЪЛГАРСКА СОЦИАЛДЕМОКРАЦИЯ – 7 броя с времетраене 55 минути  
СОЦИАЛДЕМОКРАТИЧЕСКА ПАРТИЯ (СДП) – 6 броя с времетраене 49 минути  
Господин Тончев Тонев – независим – 2 броя с времетраене 2 минути  
Никола Вапцаров – независим – 1 брой с времетраене 1 минута

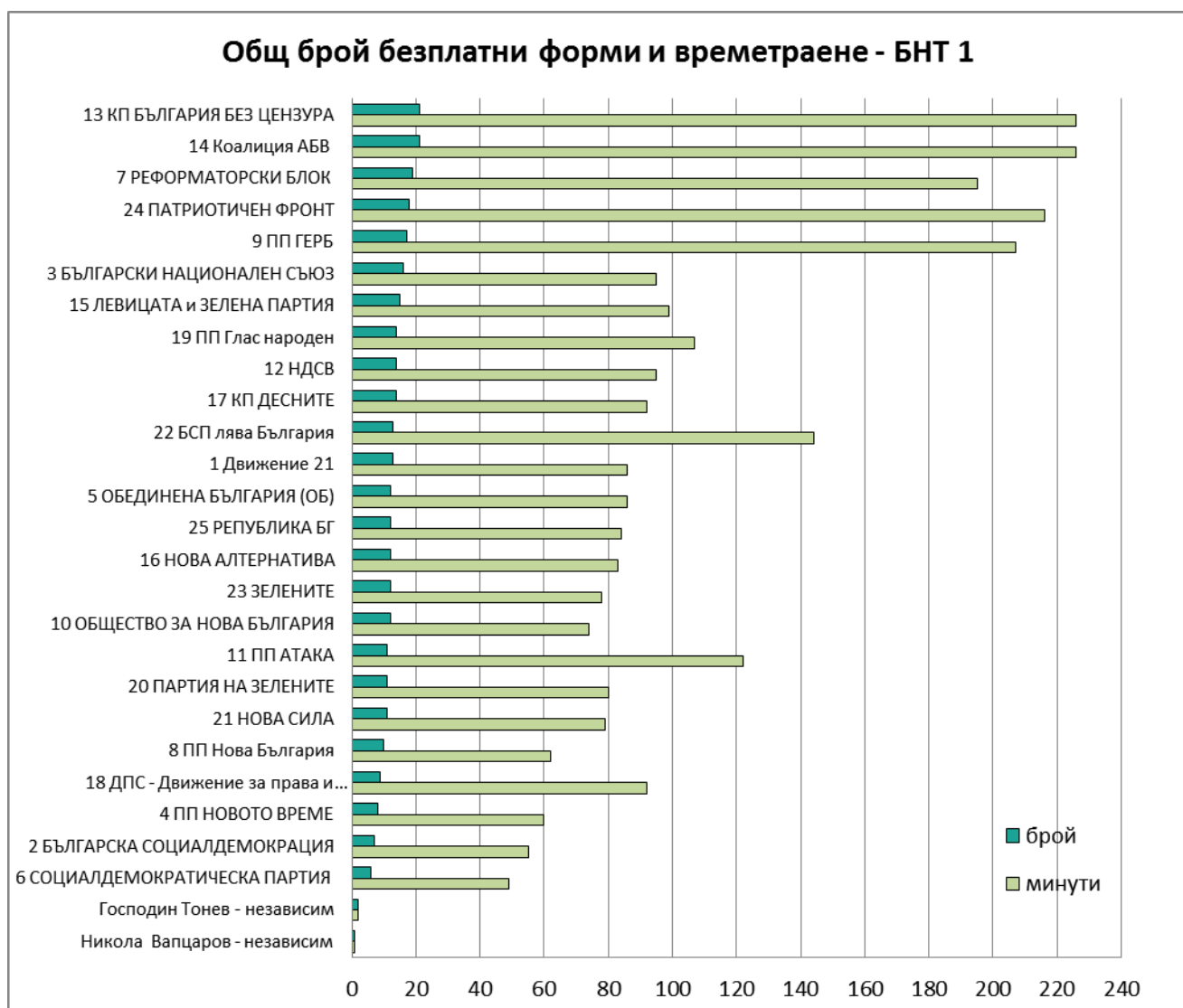
### Общ брой безплатни форми - БНТ 1



## Общо времетраене (минути) на излъчените безплатни форми - БНТ 1



Съотношение броя участия и времетраене – безплатни форми



Платени форми по партии в програмата.

Количество - **общо 351 броя**: 161 клипа, 171 репортажи и 8 рубрики

Времетраене – **общо 6 часа и 20 минути**

ДПС - Движение за права и свободи – 78 броя с времетраене 48 минути

ПП ГЕРБ - 36 броя с времетраене 36 минути

РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 30 броя с времетраене 40 минути

Движение 21- 30 броя с времетраене 17 минути

КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА - 29 броя с времетраене 34 минути

Коалиция АБВ - 27 броя с времетраене 29 минути

БСП лява България - 26 броя с времетраене 39 минути

ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ - 18 броя с времетраене 16 минути

БЪЛГАРСКА СОЦИАЛДЕМОКРАЦИЯ - 16 броя с времетраене 23 минути

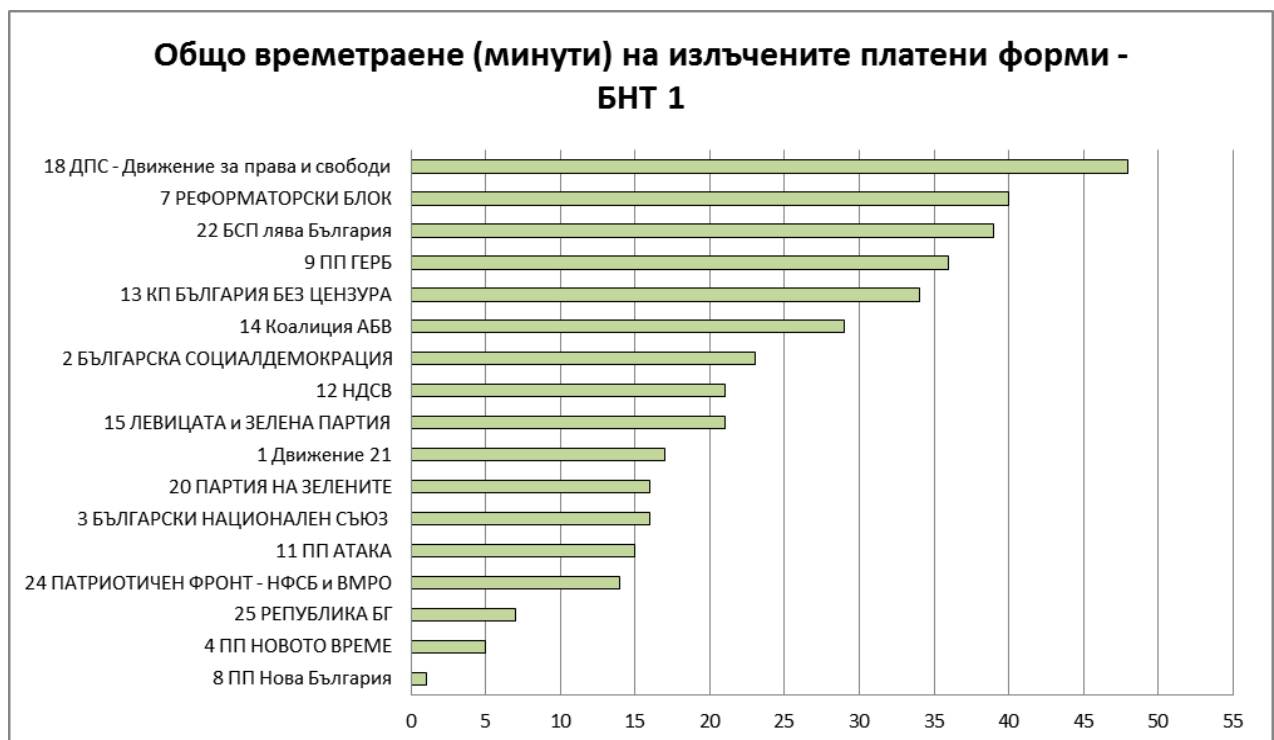
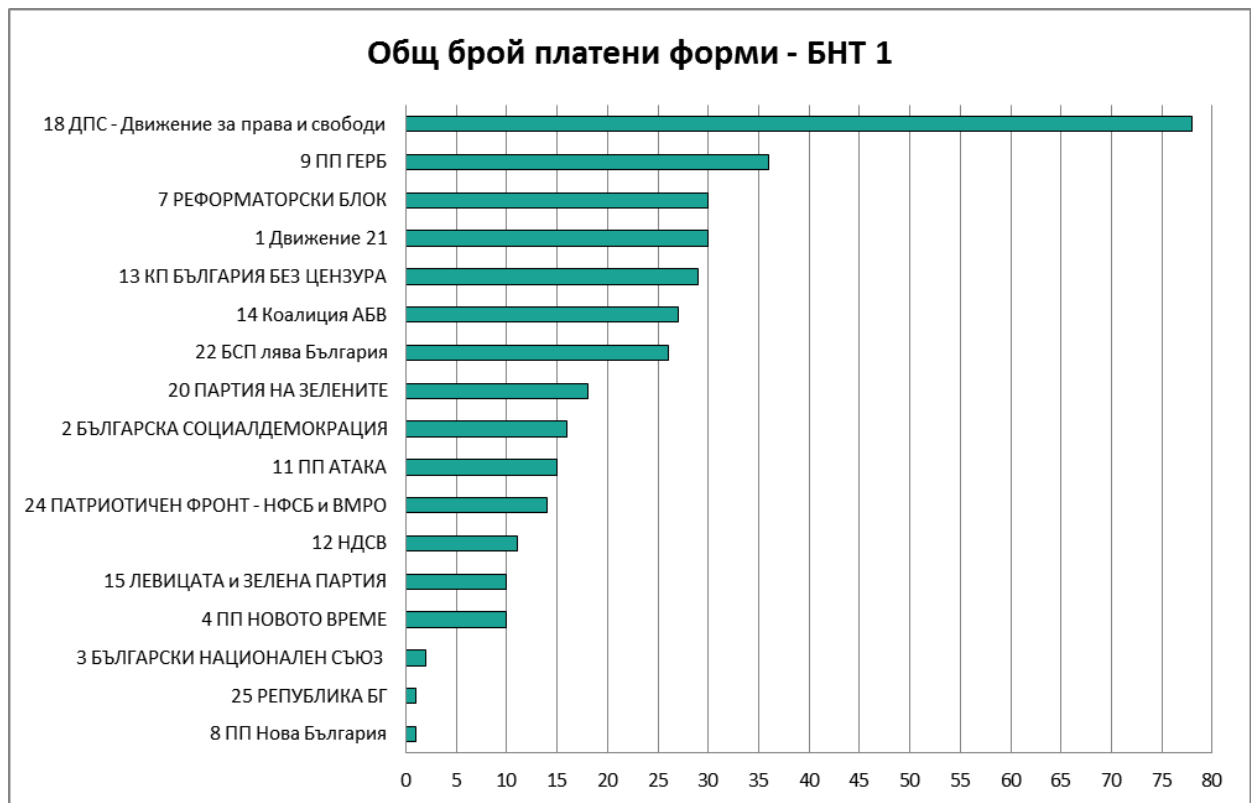
ПП АТАКА - 15 броя с времетраене 15 минути

ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ - НФСБ и ВМРО - 14 броя с времетраене 14 минути

НДСВ - 11 броя с времетраене 21 минути

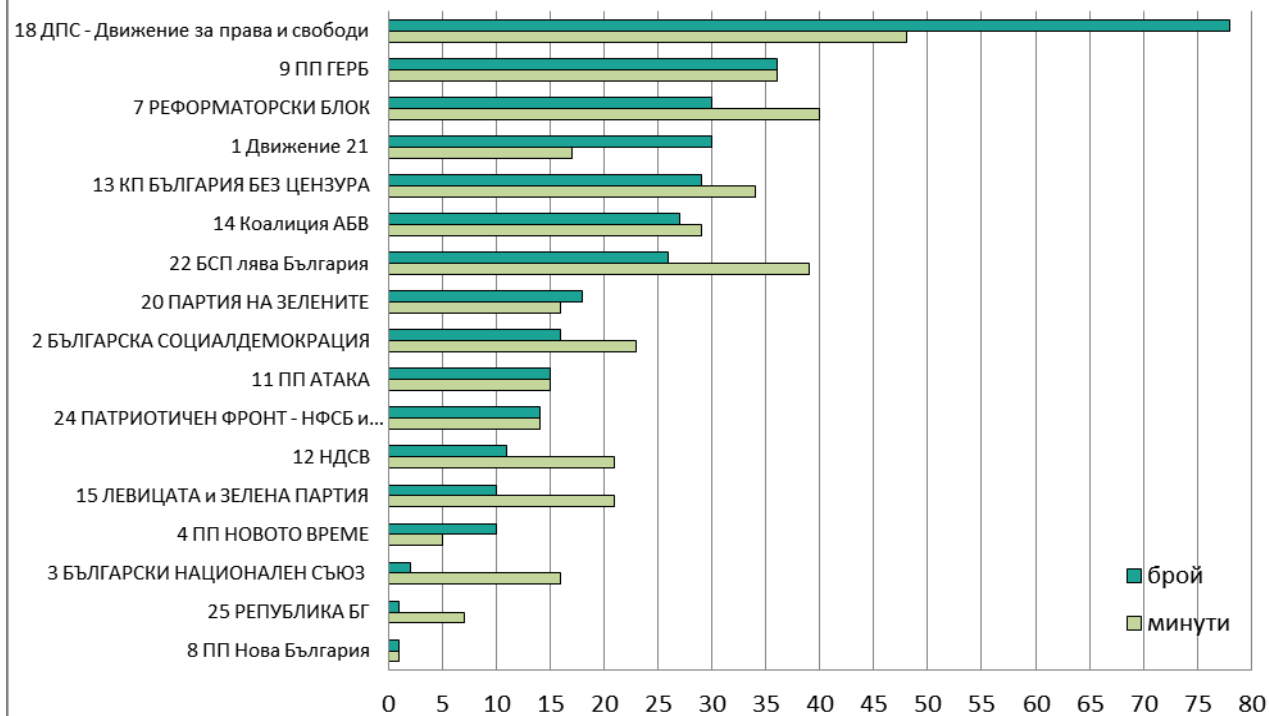
ЛЕВИЦАТА и ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ - 10 броя с времетраене 21 минути

ПП НОВОТО ВРЕМЕ - 10 броя с времетраене 5 минути  
 БЪЛГАРСКИ НАЦИОНАЛЕН СЪЮЗ - 2 броя с времетраене 16 минути  
 РЕПУБЛИКА БГ - 1 брой с времетраене 7 минути  
 ПП Нова България - 1 брой с времетраене 1 минута



Съотношение брой участие и времетраене – платени форми

## Общ брой платени форми и времетраене - БНТ 1



ХОРИЗОНТ

Безплатни форми по партии в програмата.

Количество - **общо 91 броя**

Времетраене – **общо 8 часа и 2 минути**

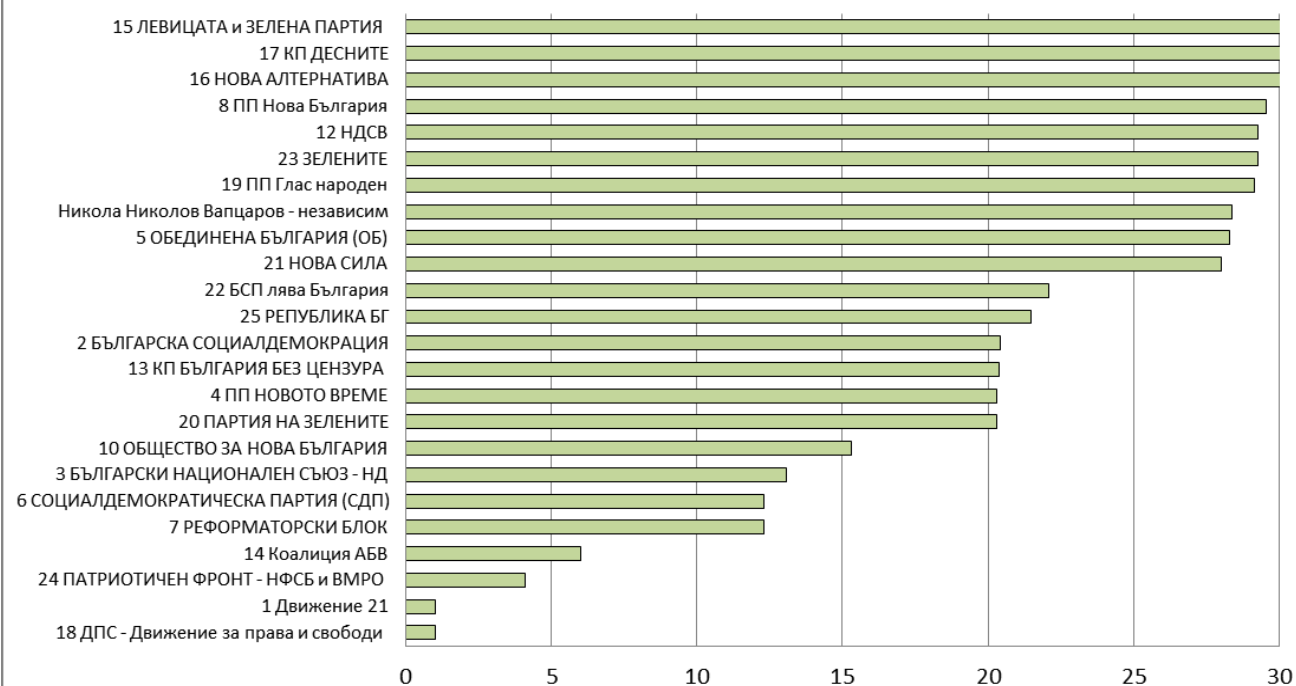
- ПП Нова България – 6 броя с времетраене 30 минути
- ЛЕВИЦАТА и ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ - 6 броя с времетраене 30 минути
- НОВА АЛТЕРНАТИВА - 6 броя с времетраене 30 минути
- КП ДЕСНИТЕ - 6 броя с времетраене 30 минути
- ПП Глас народен - 6 броя с времетраене 29 минути
- НДСВ - 5 броя с времетраене 29 минути
- ЗЕЛЕНИТЕ - 5 броя с времетраене 29 минути
- ОБЕДИНЕНА БЪЛГАРИЯ (ОБ) - 5 броя с времетраене 28 минути
- КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА - 5 броя с времетраене 20 минути
- Никола Вапцаров – независим - 4 броя с времетраене 28 минути
- НОВА СИЛА - 4 броя с времетраене 28 минути
- БСП лява България - 4 броя с времетраене 22 минути
- РЕПУБЛИКА БГ - 4 броя с времетраене 21 минути
- БЪЛГАРСКА СОЦИАЛДЕМОКРАЦИЯ - 4 броя с времетраене 20 минути
- ПП НОВОТО ВРЕМЕ - 4 броя с времетраене 20 минути
- ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ - 3 броя с времетраене 20 минути

БЪЛГАРСКИ НАЦИОНАЛЕН СЪЮЗ – НД - 3 броя с времетраене 13 минути  
 ОБЩЕСТВО ЗА НОВА БЪЛГАРИЯ - 2 броя с времетраене 15 минути  
 СОЦИАЛДЕМОКРАТИЧЕСКА ПАРТИЯ (СДП) - 2 броя с времетраене 12 минути  
 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - БЗНС, ДБГ, ДСБ, НПСД, СДС - 2 броя с времетраене 12 минути  
 ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ - НФСБ и ВМРО - 2 броя с времетраене 4 минути  
 Коалиция АБВ - 1 брой с времетраене 6 минути  
 Движение 21 - 1 брой с времетраене 1 минута  
 ДПС - Движение за права и свободи - 1 брой с времетраене 1 минута



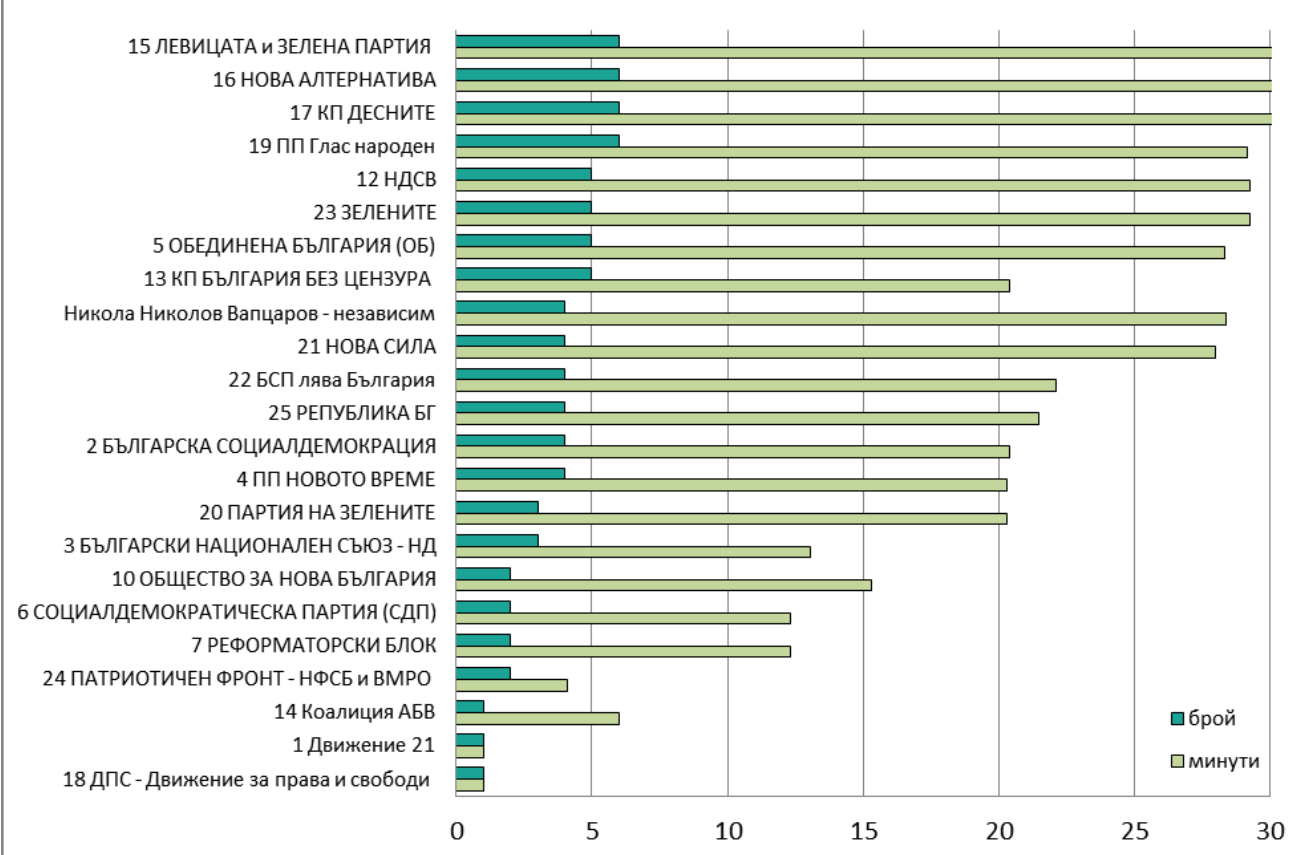


### "Хоризонт": общо времетраене (минути) - безплатни форми



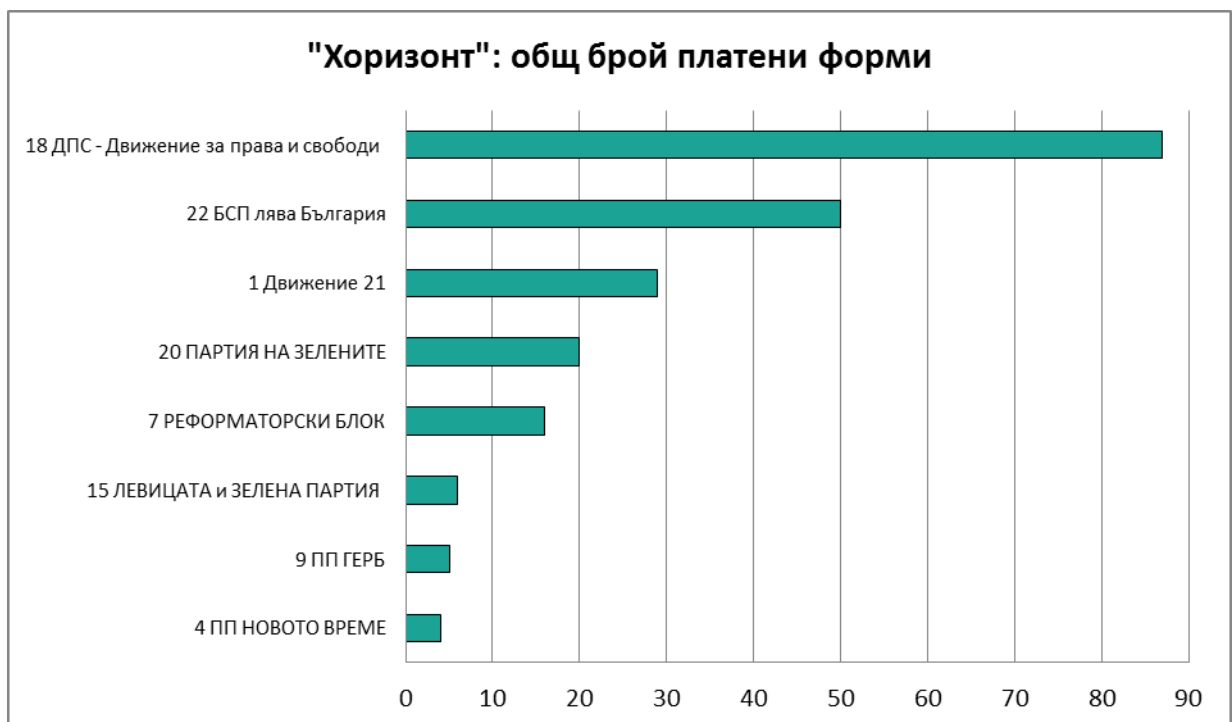
### Съотношение брой участия и времетраене – безплатни форми

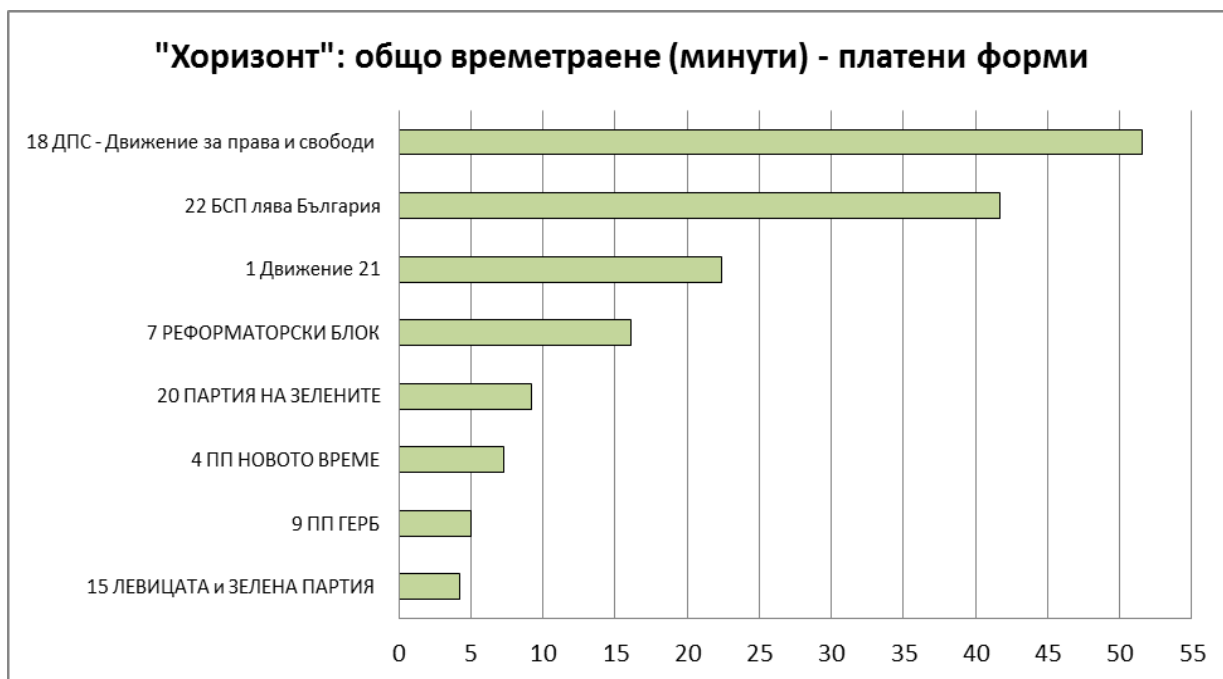
### "Хоризонт": общ брой безплатни форми и времетраене



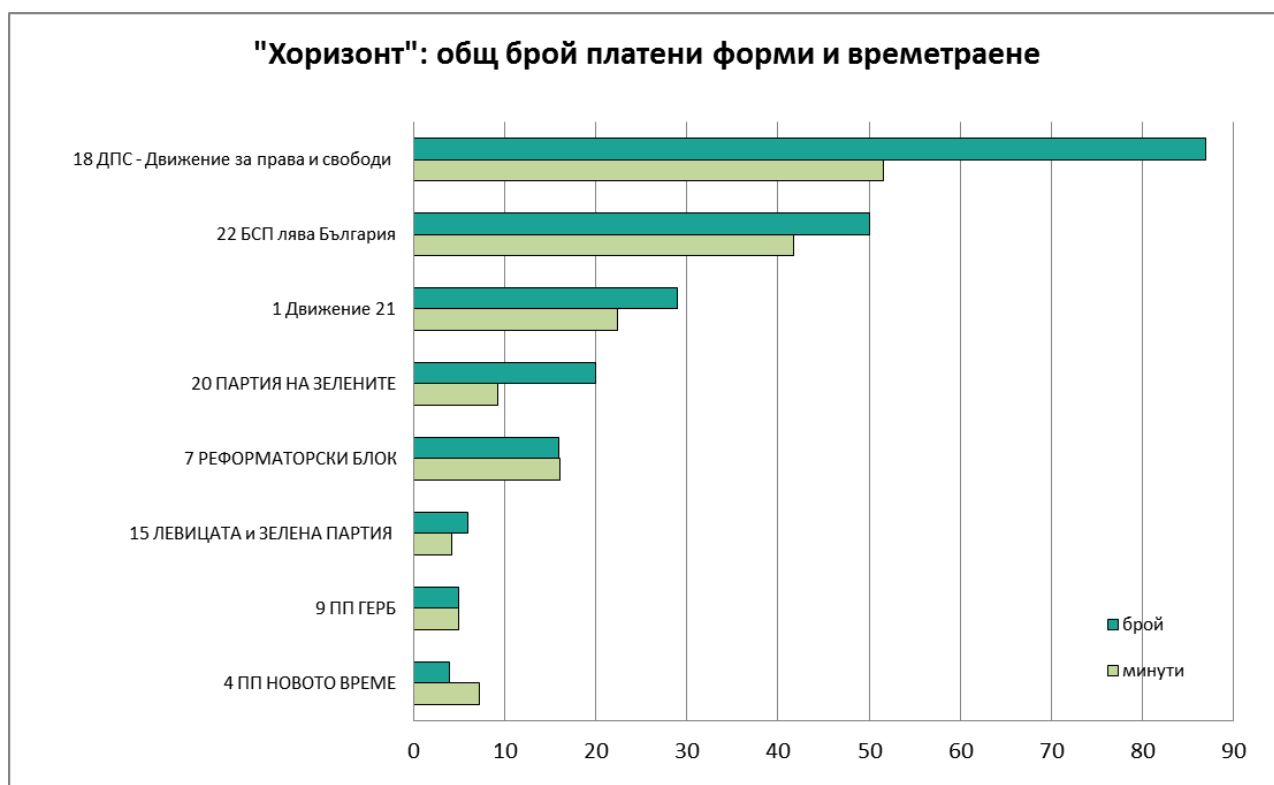
Платени форми по партии в програмата.  
Количество - **общо 217 броя**  
Времетраене – **общо 2 часа и 38 минути**

ДПС - Движение за права и свободи – 87 броя с времетраене 52 минути  
БСП лява България - 50 броя с времетраене 42 минути  
Движение 21 - 29 броя с времетраене 22 минути  
ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ - 20 броя с времетраене 9 минути  
РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 16 броя с времетраене 16 минути  
ЛЕВИЦАТА и ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ - 6 броя с времетраене 4 минути  
ПП ГЕРБ - 5 броя с времетраене 5 минути  
ПП НОВОТО ВРЕМЕ - 4 броя с времетраене 7 минути





Съотношение брой участия и времетраене – платени форми



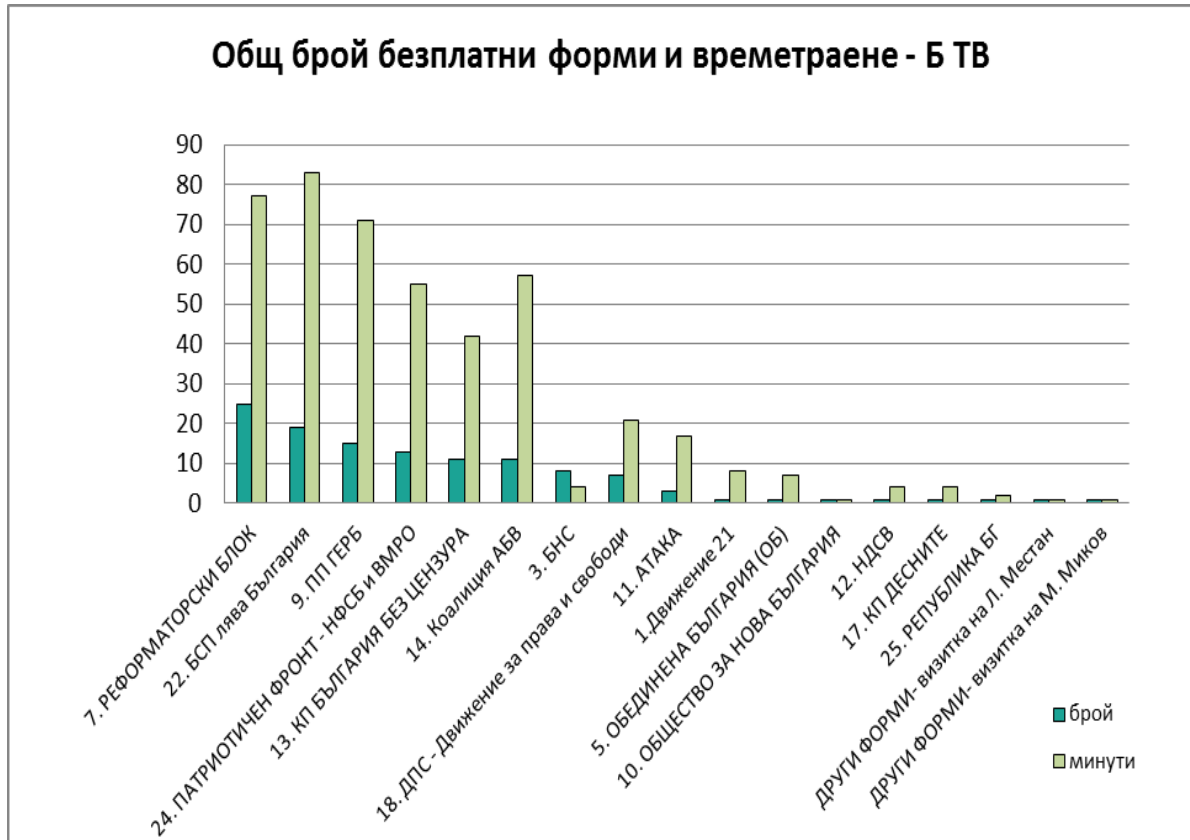
Безплатни форми по партии в програмата.

Количество - **общо 120 броя**

Времетраене – **общо 7 часа и 35 минути**

- РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – 25 броя с времетраене 77 минути
- БСП лява България – 19 броя с времетраене 83 минути
- ПП ГЕРБ – 15 броя с времетраене 71 минути
- ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ - НФСБ и ВМРО – 13 броя с времетраене 55 минути
- КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА - 11 броя с времетраене 42 минути
- Коалиция АБВ – 11 броя с времетраене 57 минути
- БНС – 8 броя с времетраене 4 минути
- ДПС - Движение за права и свободи – 7 броя с времетраене 21 минути
- АТАКА – 3 броя с времетраене 17 минути
- Движение 21 – 1 брой с времетраене 8 минути
- ОБЕДИНЕНА БЪЛГАРИЯ (ОБ) – 1 брой с времетраене 7 минути
- ОБЩЕСТВО ЗА НОВА БЪЛГАРИЯ – 1 брой с времетраене 1 минута
- НДСВ – 1 брой с времетраене 4 минути
- КП ДЕСНИТЕ – 1 брой с времетраене 4 минути
- РЕПУБЛИКА БГ – 1 брой с времетраене 2 минути
- ДРУГИ ФОРМИ- визитка на Л. Местан – 1 брой с времетраене 1 минута
- ДРУГИ ФОРМИ- визитка на М. Миков – 1 брой с времетраене 1 минута

Съотношение брой участия и времетраене – безплатни форми



Платени форми по партии в програмата.  
 Количество - **общо 332 броя**  
 Времетраене – **общо 3 часа и 41 минути**

КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА – 74 броя с времетраене 74 минути  
 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 63 броя с времетраене 35 минути  
 Коалиция АБВ - 32 броя с времетраене 11 минути  
 ДПС - Движение за права и свободи - 32 броя с времетраене 16 минути  
 КП ДЕСНИТЕ - 19 броя с времетраене 6 минути  
 БСП лява България - 19 броя с времетраене 19 минути  
 РЕПУБЛИКА БГ - 19 броя с времетраене 10 минути  
 АТАКА - 15 броя с времетраене 21 минути  
 НДСВ - 14 броя с времетраене 4 минути  
 ОБЕДИНЕНА БЪЛГАРИЯ (ОБ) - 10 броя с времетраене 6 минути  
 Движение 21 - 8 броя с времетраене 4 минути  
 СОЦИАЛДЕМОКРАТИЧЕСКА ПАРТИЯ - 8 броя с времетраене 4 минути  
 ЗЕЛЕНИТЕ - 8 броя с времетраене 2 минути  
 ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ - НФСБ и ВМРО - 5 броя с времетраене 5 минути  
 НОВА АЛТЕРНАТИВА - 4 броя с времетраене 2 минути  
 ПП ГЕРБ – 2 броя с времетраене 2 минути

Съотношение брой участия и времетраене – платени форми





## Нова телевизия

Безплатни форми по партии в програмата.

Количество - **общо 134 броя**: 64 броя интервюта, 53 участия в дискуссионни форми и 17 броя новини  
Времетраене – **общо 17 часа и 20 минути**

БСП лява България – 25 броя с времетраене 201 минути

КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА – 25 броя с времетраене 179 минути

РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - БЗНС, ДБГ, ДСБ, НПСД, СДС – 21 броя с времетраене 172 минути

ПП ГЕРБ – 14 броя с времетраене 108 минути

ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ - НФСБ и ВМРО – 13 броя с времетраене 84 минути

ДПС - Движение за права и свободи – 10 броя с времетраене 99 минути

Коалиция АБВ - (Алтернатива за българско възраждане) – 6 броя с времетраене 60 минути

ОБЩЕСТВО ЗА НОВА БЪЛГАРИЯ – 3 броя с времетраене 24 минути

Движение 21 – 4 броя с времетраене 40 минути

ПП АТАКА – 4 броя с времетраене 9 минути

ПП Глас народен – 2 броя с времетраене 11 минути

КП ДЕСНИТЕ – 2 броя с времетраене 12 минути

БЪЛГАРСКИ НАЦИОНАЛЕН СЪЮЗ – НД – 1 брой с времетраене 10 минути

НДСВ – 1 брой с времетраене 5 минути

ОБЕДИНЕНА БЪЛГАРИЯ (ОБ) – 1 брой с времетраене 7 минути

ЗЕЛЕНИТЕ – 1 брой с времетраене 4 минути

Инициативен комитет за издигане кандидатурата на независимия кандидат Октай Хасанов Енимехмедов във

Втори изборен район – Бургаски - 1 брой с времетраене 15 минути

Съотношение брой участия и времетраене – безплатни форми



Платени форми по партии в програмата.

Количество - **общо 162 броя**: 45 броя клипове и 117 броя репортажи.

Времетраене – **общо 2 часа и 22 минути**

КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА – 69 броя (репортажи) с времетраене 69 минути

ДПС - Движение за права и свободи – 25 броя (клипове) с времетраене 13 минути

ПП АТАКА – 16 броя (репортажи) с времетраене 16 минути

БСП лява България – 15 броя (репортажи) с времетраене 15 минути

Коалиция АБВ – 12 броя (7 броя репортажи, 5 броя клипове) с времетраене 9 минути

РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – 8 броя (репортажи) с времетраене 8 минути

РЕПУБЛИКА БГ – 11 броя (клипове) с времетраене 6 минути

ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ – 2 броя (репортажи) с времетраене 2 минути

ПП Нова България – 2 броя (клипове) с времетраене 2 минути

ПП ГЕРБ – 2 броя (клипове) с времетраене 2 минути

Съотношение брой участия и времетраене – платени форми



Безплатни форми по партии в програмата.

Количество - **общо 102 броя**

Времетраене – **общо 5 часа и 13 минути**

РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - БЗНС, ДБГ, ДСБ, НПСД, СДС- 47 броя с времетраене 96 минути

ПП ГЕРБ- 27 броя с времетраене 62 минути

БСП лява България - 10 броя с времетраене 41 минути

Коалиция АБВ - (Алтернатива за българско възраждане)- 5 броя с времетраене 32 минути

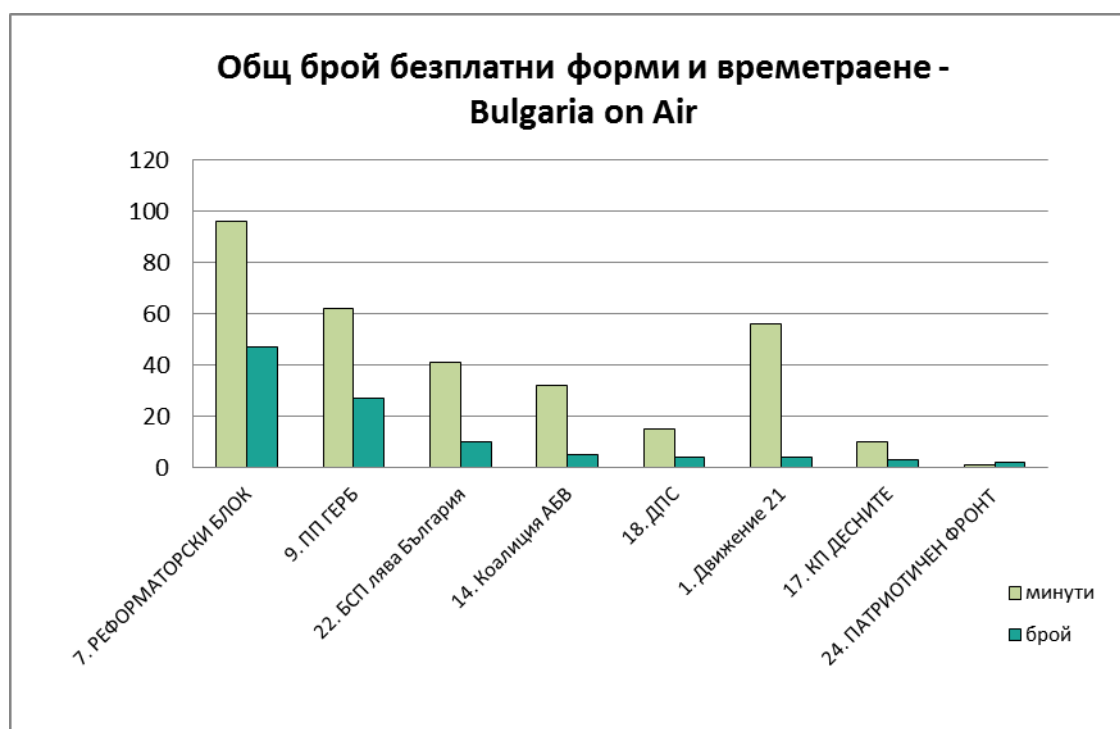
ДПС - Движение за права и свободи - 4 броя с времетраене 15 минути

Движение 21- 4 броя с времетраене 56 минути

КП ДЕСНИТЕ - 3 броя с времетраене 10 минути

ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ - НФСБ и ВМРО -2 броя с времетраене 1 минута

Съотношение брой и минути на безплатните форми по партии

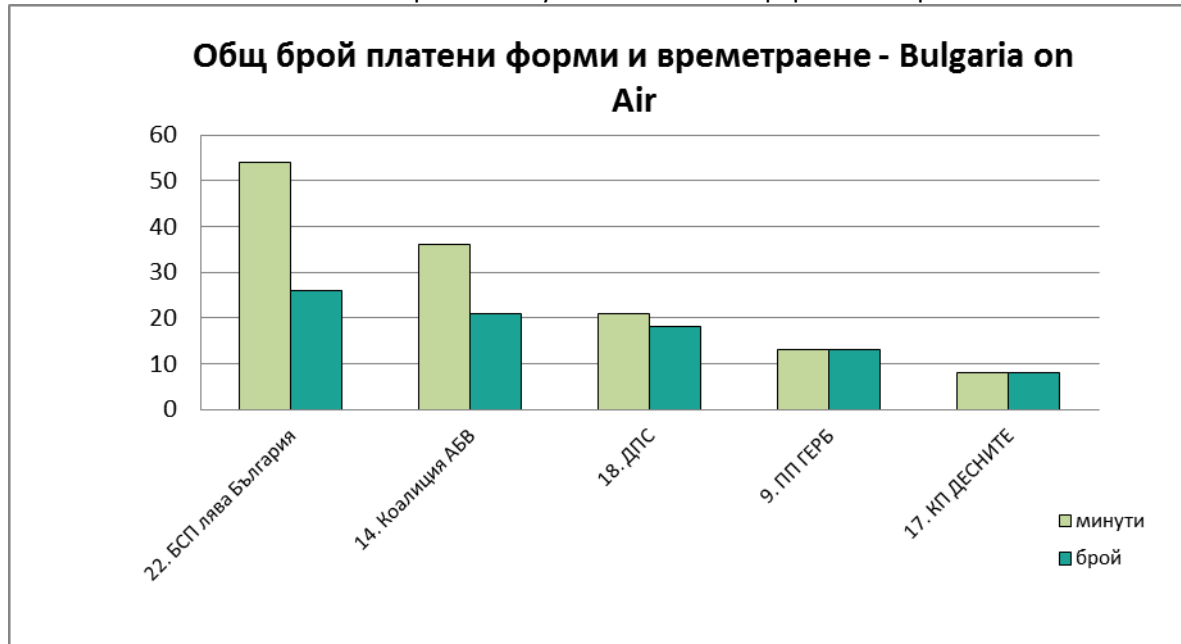




Платени форми по партии в програмата.  
 Количество - **общо 86 броя**  
 Времетраене – **общо 2 часа и 12 минути**

БСП лява България - 26 броя с времетраене 54 минути  
 Коалиция АБВ - (Алтернатива за българско възраждане) - 21 броя с времетраене 36 минути  
 ДПС - Движение за права и свободи - 18 броя с времетраене 21 минути  
 ПП ГЕРБ - 13 броя с времетраене 13 минути  
 КП ДЕСНИТЕ - 8 броя с времетраене 8 минути

Съотношение брой и минути на платените форми по партии

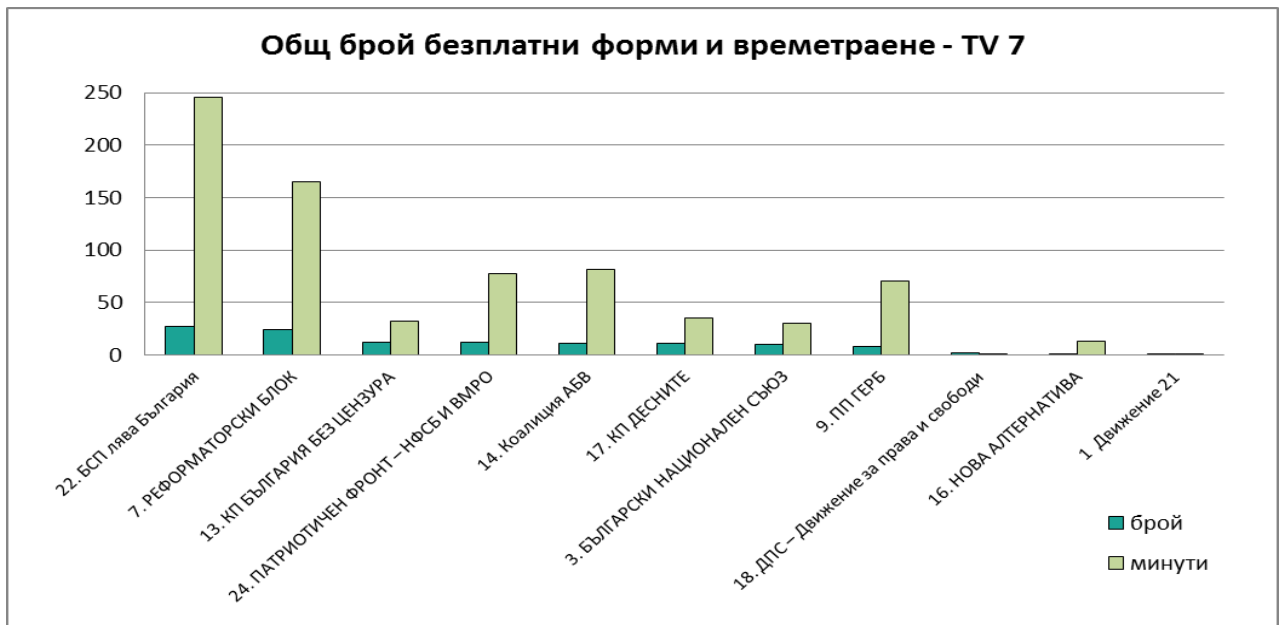


#### ТВ 7

Безплатни форми по партии в програмата.  
 Количество - **общо 119 броя**  
 Времетраене – **общо 12 часа и 34 минути**

БСП лява България - 27 броя с времетраене 245 минути  
 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 24 броя с времетраене 166 минути  
 КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА - 12 броя с времетраене 32 минути  
 ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ – НФСБ И ВМРО - 12 броя с времетраене 77 минути  
 Коалиция АБВ- (Алтернатива за българско възраждане) - 11 броя с времетраене 81 минути  
 КП ДЕСНИТЕ – 11 броя с времетраене 35 минути  
 БЪЛГАРСКИ НАЦИОНАЛЕН СЪЮЗ – 10 броя с времетраене 30 минути  
 ПП ГЕРБ – 8 броя с времетраене 71 минути  
 ДПС – Движение за права и свободи – 2 броя с времетраене 1 минута  
 НОВА АЛТЕРНАТИВА – 1 брой с времетраене 13 минути  
 Движение 21 – 1 брой с времетраене 1 минута

Съотношение брой участия и времетраене – безплатни форми



Платени форми по партии в програмата.

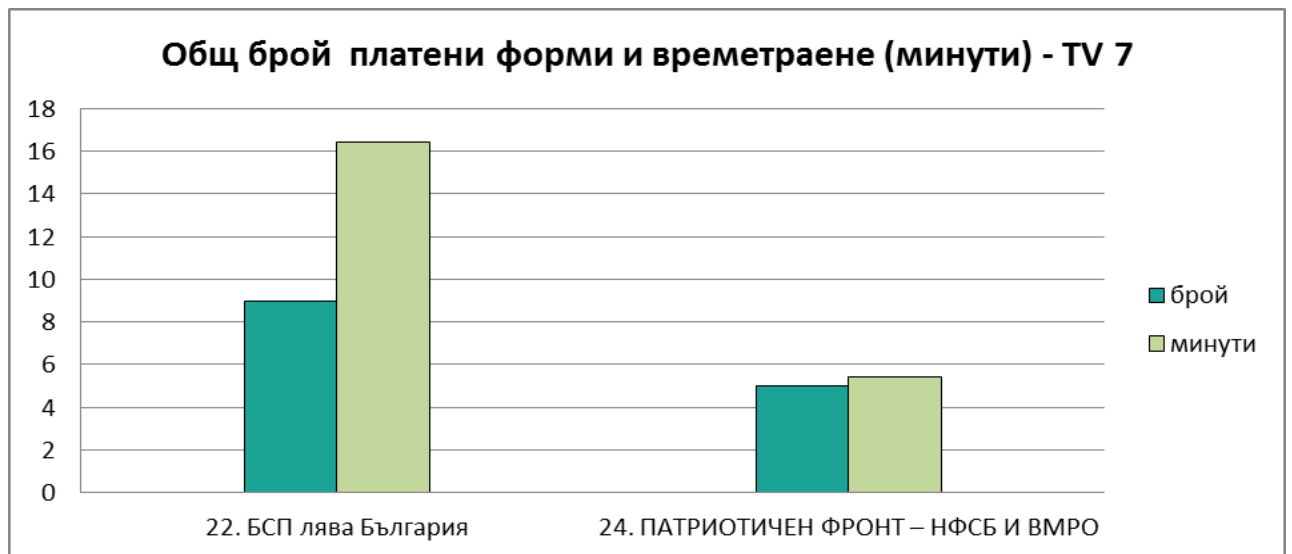
Количество - **общо 14 броя**: 12 броя репортажи и 2 броя интервюта

Времетраене – **общо 23 минути**

БСП лява България – 9 броя с времетраене 17 минути

ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ – НФСБ И ВМРО – 5 броя с времетраене 6 минути

Съотношение брой участия и времетраене – платени форми

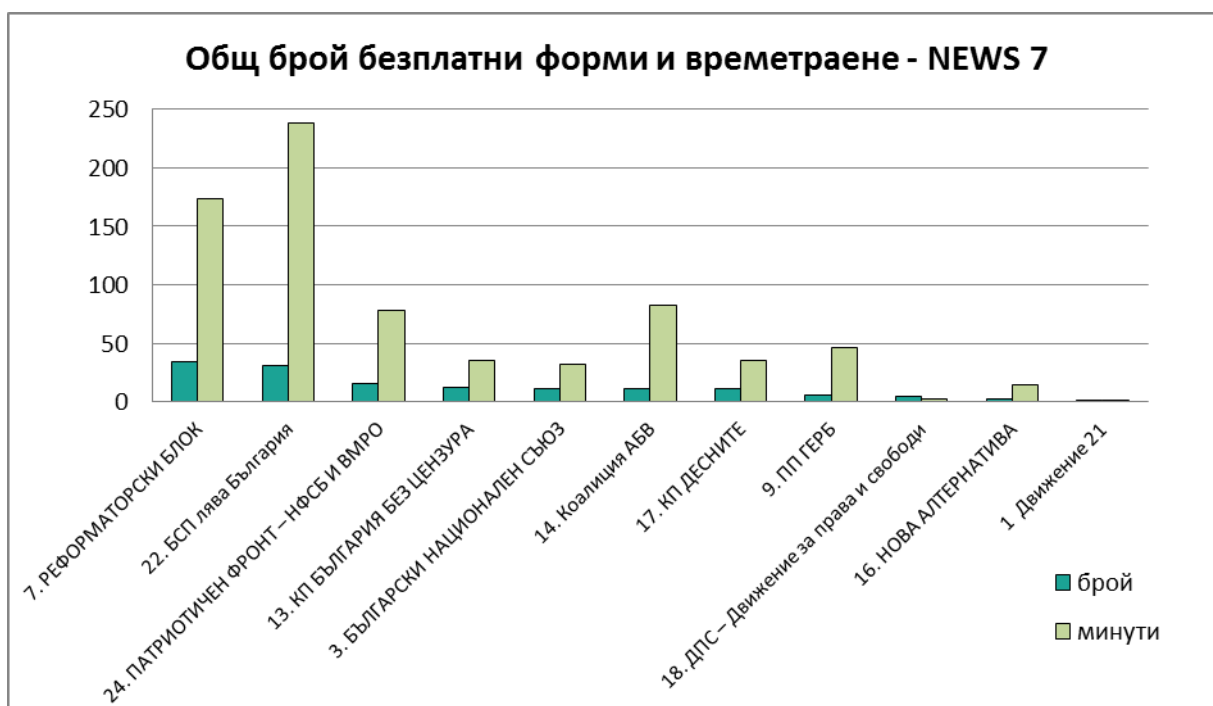


Безлатни форми по партии в програмата.

Количество - **общо 139 броя**, 75 броя новини, 57 броя интервюта, 4 броя дебати и 3 броя други.  
Времетраене – **общо 12 часа и 18 минути**.

РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – 34 броя с времетраене 173 минути  
БСП лява България – 31 броя с времетраене 238 минути  
ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ – НФСБ И ВМРО – 16 броя 78 минути  
КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА – 12 броя с времетраене 35 минути  
БЪЛГАРСКИ НАЦИОНАЛЕН СЪЮЗ – 11 броя с времетраене 32 минути  
Коалиция АБВ – 11 броя с времетраене 82 минути  
КП ДЕСНИТЕ – 11 броя с времетраене 35 минути  
ПП ГЕРБ – 6 броя с времетраене 46 минути  
ДПС – Движение за права и свободи – 4 броя 2 минути  
НОВА АЛТЕРНАТИВА – 2 броя с времетраене 14 минути  
Движение 21 – 1 брой с времетраене 1 минута

Съотношение брой участия и времетраене – безлатни форми





## ТВ ЕВРОПА

Безлатни форми по партии в програмата.

Количество - **общо 75 броя**.

Времетраене – **общо 4 часа и 7 минути**.

РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - БЗНС, ДБГ, ДСБ, НПСД, СДС – 35 броя с времетраене 79 минути

ПП ГЕРБ – 23 броя с времетраене 114 минути

КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА – 9 броя с времетраене 5 минути

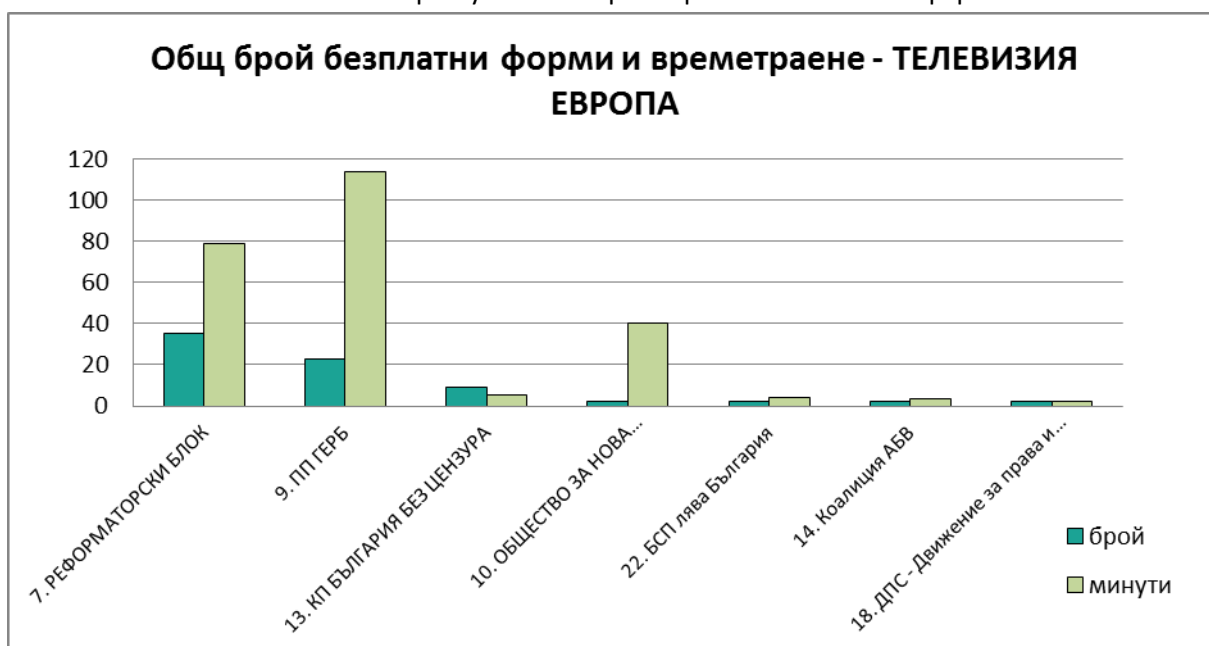
ОБЩЕСТВО ЗА НОВА БЪЛГАРИЯ – 2 броя с времетраене 40 минути

БСП лява България – 2 броя с времетраене 4 минути

Коалиция АБВ - (Алтернатива за българско възраждане) – 2 броя с времетраене 3 минути

ДПС - Движение за права и свободи – 2 броя с времетраене 2 минути

Съотношение брой участие и времетраене – безплатни форми



Платени форми по партии в програмата.

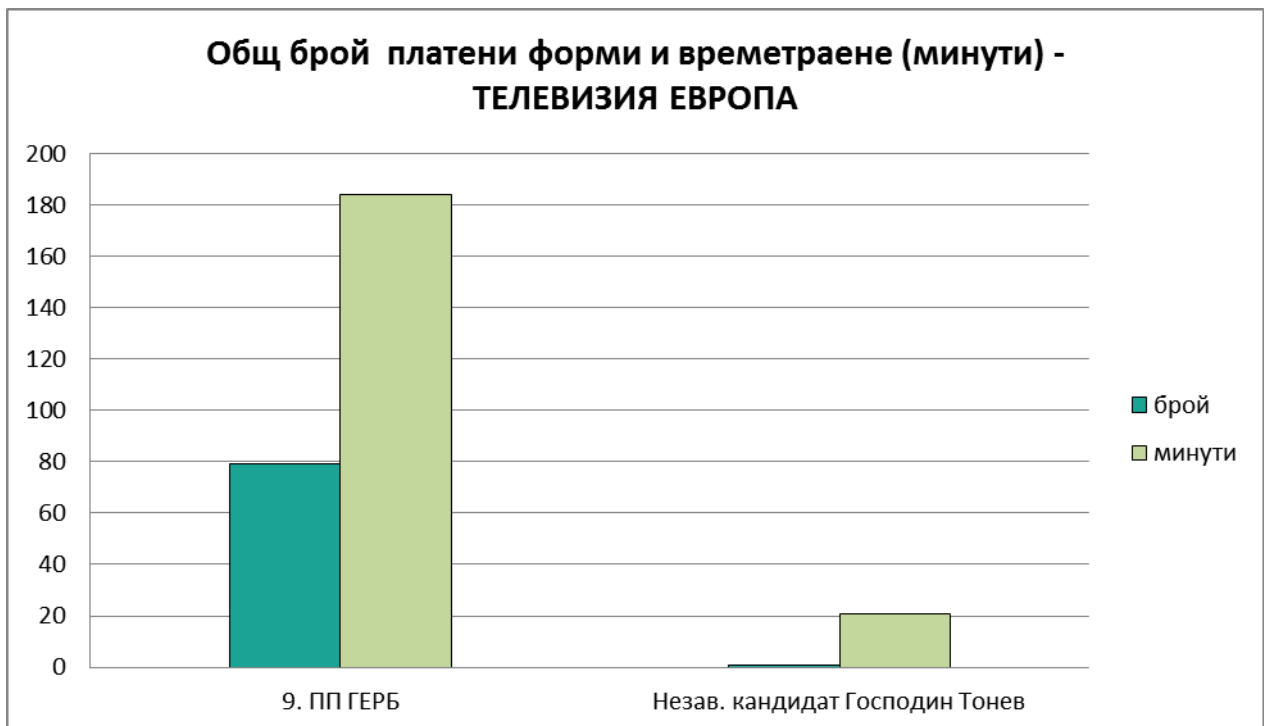
Количество - **общо 97 броя, видове: 79 броя репортажи, 17 броя клипове и 1 брой предаване.**

Времетраене – **общо 3 часа и 25 минути.**

ПП ГЕРБ – 96 броя (79 броя репортажи, 17 броя клипове) с времетраене 184 минути

Инициативен комитет за издигане кандидатурата на независимия кандидат Господин Тончев Тонев в Двадесет и девети изборен район – Хасковски. – 1 брой (предаване) с времетраене 21 минути

Съотношение брой участия и времетраене – платени форми





### КАНАЛ 3

Платени форми по партии в програмата.  
Количество - **общо 486 броя**.  
Времетраене – **общо 86 часа и 9 минути**.

ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ- НФСБ и ВМРО – 191 броя с времетраене 987 минути  
БСП лява България - 104 броя с времетраене 1199 минути  
ПП ГЕРБ – 71 броя с времетраене 1189 минути  
Коалиция АБВ – 39 броя с времетраене 676 минути  
АТАКА – 34 броя с времетраене 618 минути  
РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – 21 броя с времетраене 108 минути  
КП ДЕСНИТЕ -16 броя с времетраене 254 минути  
БЪЛГАРСКА СОЦИАЛДЕМОКРАЦИЯ – 3 броя с времетраене 138 минути

Съотношение брой участия и времетраене – платени форми



Платени форми по партии в програмата.

Количество - **общо 1034 броя**.

Времетраене – **общо 27 часа и 39 минути**.

- 18. ДПС - 182 броя с времетраене 141 минути
- 22. БСП лява България - 154 броя с времетраене 220 минути
- 13. КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА - 108 броя с времетраене 101 минути
- 11. АТАКА - 97 броя с времетраене 241 минути
- 7. РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - 91 броя с времетраене 357 минути
- 14. Коалиция АБВ - 74 броя с времетраене 70 минути
- 24. ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ – 64 броя с времетраене 103 минути
- 9. ПП ГЕРБ - 49 броя с времетраене 138 минути
- 17. КП ДЕСНИТЕ - 38 броя с времетраене 15 минути
- 20. ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ - 29 броя с времетраене 33 минути
- 19. ПП Глас Народен - 27 броя с времетраене 37 минути
- 23. ЗЕЛЕНИТЕ - 26 броя с времетраене 33 минути
- 16. НОВА АЛТЕРНАТИВА - 25 броя с времетраене 45 минути
- 15. ЛЕВИЦАТА и ЗЕЛЕНА ПАРТИЯ - 22 броя с времетраене 42 минути
- 25. РЕПУБЛИКА БГ - 21 броя с времетраене 25 минути
- 3. БЪЛГАРСКИ НАЦИОНАЛЕН СЪЮЗ - 16 броя с времетраене 33 минути
- 4. ПП НОВОТО ВРЕМЕ - 11 броя с времетраене 25

Съотношение броя участия и времетраене – платени форми



В програмата присъстват и безплатни форми – 17 броя, с времетраене около 312 минути - преобладаващо в изданията на предаването “Седмицата”, като анонсът на водещия е: “Ще чувате отговорите на 20 еднакви въпроса по съответните теми към представителите на партиите и коалициите, които избраха ефира на Дарик радио за своята предизборна кампания. *Без тези разговори да влизат в програмното време, предоставено със съответни договори, които са само критерии, кои от регистрираните 25 партии и коалиции да бъдат поканени. Това са и основните политически сили в България, които разчитат да влязат в парламента, или поне да останат сред забележимите в българската политика с изборните си резултати*“. От този анонс, както и от общите формулировки на оповестената информация за сключени договори и липсата на изричен сигнал за платено съдържание, не би могло да се даде категоричен извод кои точно форми са безплатни и кои платени в програмата.

Безплатни форми по партии в програмата.

Количество - **общо 17 броя**.

Времетраене – **общо 5 часа и 12 минути**.

РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – 3 броя с времетраене 39 минути

Коалиция АБВ - 2 броя с времетраене 43 минути

ДПС – 2 броя с времетраене 42 минути

БСП лява България - 2 броя с времетраене 42 минути

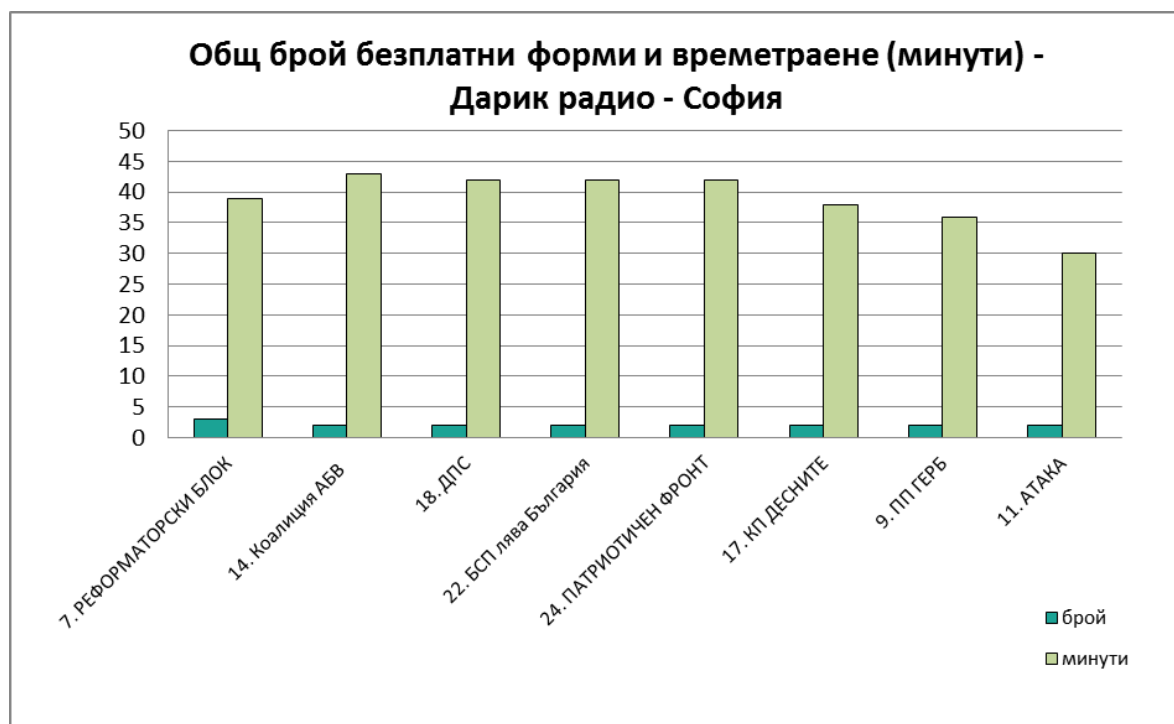
ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ – 2 броя с времетраене 42 минути

КП ДЕСНИТЕ – 2 броя с времетраене 38 минути

ПП ГЕРБ – 2 броя с времетраене 36 минути

АТАКА – 2 броя с времетраене 30 минути

Брой участие и времетраене – безплатни форми





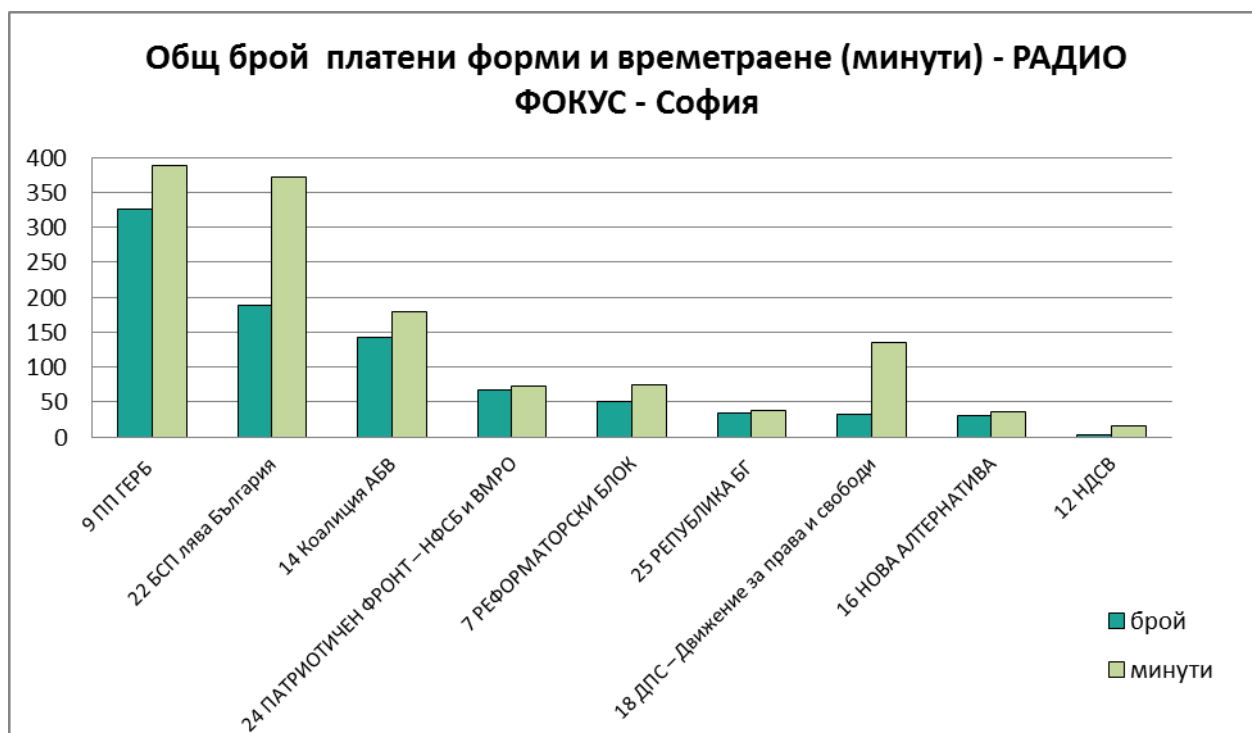


## РАДИО ФОКУС СОФИЯ

Платени форми по партии в програмата.  
Количество - **общо 876 броя**.  
Времетраене – **общо 21 часа и 49 минути**.

ПП ГЕРБ – 325 броя с времетраене 389 минути  
БСП лява България – 189 броя с времетраене 371 минути  
Коалиция АБВ – (Алтернатива за българско възраждане) - 142 броя с времетраене 179 минути  
ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ – НФСБ и ВМРО – 68 броя с времетраене 73 минути  
РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - БЗНС, ДБГ, ДСБ, НПСД, СДС - 51 броя с времетраене 74 минути  
РЕПУБЛИКА БГ – 35 броя с времетраене 37 минути  
ДПС – Движение за права и свободи – 33 броя с времетраене 135 минути  
НОВА АЛТЕРНАТИВА - 30 броя с времетраене 36 минути  
НДСВ – 3 броя с времетраене 15 минути

Съотношение брой участия и времетраене – платени форми



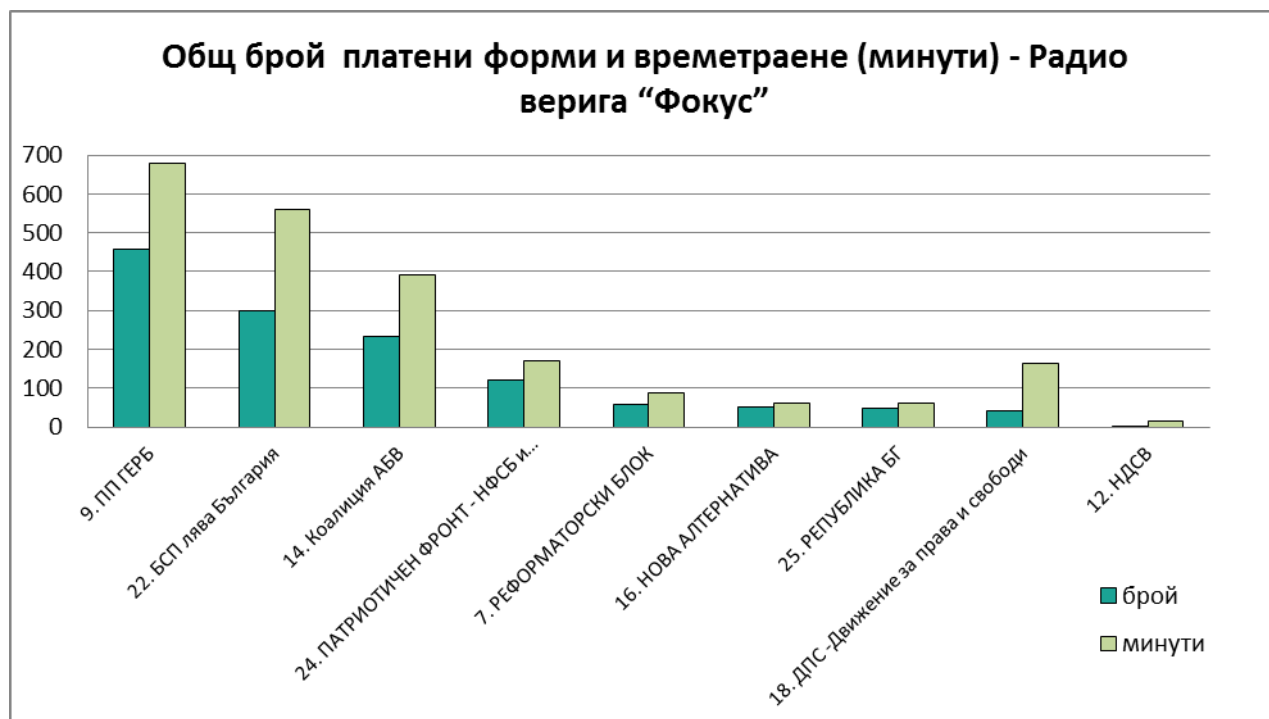


## РАДИО ВЕРИГА ФОКУС (СОФИЯ, БУРГАС, ВИДИН, ПЛОВДИВ, БЛАГОЕВГРАД, ВЕЛИКО ТЪРНОВО).

Платени форми по партии в програмата.  
Количество - **общо 1311 броя**.  
Времетраене – **общо 36 часа и 26 минути**.

ПП ГЕРБ - 458 броя с времетраене 678 минути  
БСП лява България - 298 броя с времетраене 559 минути  
Коалиция АБВ - 233 броя с времетраене 391 минути  
ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ - НФСБ и ВМРО - 121 броя с времетраене 169 минути  
РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК - БЗНС, ДБГ, ДСБ, НПСД, СДС - 57 броя с времетраене 87 минути  
НОВА АЛТЕРНАТИВА – 50 броя с времетраене 61 минути  
РЕПУБЛИКА БГ – 48 броя с времетраене 61 минути  
ДПС - Движение за права и свободи – 43 броя с времетраене 165 минути  
НДСВ – 3 броя с времетраене 15 минути

Съотношение брой участия и времетраене – платени форми



Присъствия на партии в програмата.

Количество - **общо 766 броя**.

Времетраене – **общо 78 часа и 47 минути**.

ПП ГЕРБ – 212 броя с времетраене 1274 минути  
 ДПС – 127 броя с времетраене 299 минути  
 Коалиция АБВ – 125 броя с времетраене 636 минути  
 БСП лява България – 92 броя с времетраене 708 минути  
 КП БЪЛГАРИЯ БЕЗ ЦЕНЗУРА – 90 броя с времетраене 580 минути  
 ПАТРИОТИЧЕН ФРОНТ - 59 броя с времетраене 671 минути  
 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК- 16 броя с времетраене 104 минути  
 ПП АТАКА – 14 броя с времетраене 205 минути  
 КП ДЕСНИТЕ – 13 броя с времетраене 111 минути  
 ОБЕДИНЕНА БЪЛГАРИЯ – 8 броя с времетраене 113 минути  
 Движение 21 – 4 броя с времетраене 4 минути  
 БЪЛГАРСКИ НАЦИОНАЛЕН СЪЮЗ – НД – 2 броя с времетраене 2 минути  
 НДСВ – 2 броя с времетраене 2 минути  
 НОВА АЛТЕРНАТИВА – 1 брой с времетраене 1 минута  
 ПП Глас Народен – 1 брой с времетраене 17 минути

Съотношение брой участия и времетраене



Делът на безплатните форми е малко под половината от общото времетраене за предизборна агитация (рубриките „Беновска пита“, „Радио K2 пита“). Точното съотношение е трудно да бъде установено, поради неясното използване на звукови сигнали и недостатъчна информация в публикуваните договори.