

**СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ**  
**ПРОТОКОЛ**

**№ 33**

**от редовно заседание, състояло се на 17. 09. 2015 г.**

**ПРИСЪСТВАЛИ:** Анна Хаджиева, Анюта Асенова, Георги Лозанов – председател, Иво Атанасов

**ОТСЪСТВА:** Мария Стоянова

Начало на заседанието 11.00 часа, водено от Георги Лозанов – председател на СЕМ.  
Протоколист: Вера Данаилова.

**ДНЕВЕН РЕД:**

**1.** Отчет за програмната, технологичната и финансовата дейност на Българската национална телевизия за периода февруари – юли 2015 г.

**2.** Доклад на Дирекция «Обща администрация» по проект на бюджет на БНТ и БНР за 2016 г. и актуализирана бюджетна прогноза за периода 2017-2018 г.

Вносител: Сп. Янева.

Докладва: Сп. Янева.

**3.** Доклади на Дирекция «Специализирана администрация – НЛРПР» за:

**а)** Наблюдение изпълнението на изискването на чл. 198, ал. 4 от Изборния кодекс;

**б)** Влязло в сила Решение РД-05-102/ 15.07.2014 г. на СЕМ.

Вносител: Ант. Лозенска.

Докладват: Ант. Лозенска, Ем.Станева.

Разни

**Георги Лозанов** откри заседанието и подложи на обсъждане дневния ред.

**Решение:**

**СЕМ реши с 4(четири) гласа “за”:** прие Дневния ред.

**ПО ТОЧКА ПЪРВА:** Отчет за програмната, технологичната и финансовата дейност на Българската национална телевизия за периода февруари – юли 2015 г.

**Георги Лозанов:** Уважаема, г-жо Вяра Анкова, използвам случая да Ви честитя личния празник и да Ви уверя, че гледаме с надежда, вяра и любов на българската обществена телевизия. Давам Ви думата, за да изнесете Вашия мъдър отчет и за да е мъдър, се надявам да бъде и кратък.

**Вяра Анкова:** Аз наистина кратко ще представя отчета и ако има след това въпроси, разбира се, ще отговоря. Постарахме се да направим едно задълбочено описание на всичко, което БНТ направи през този отчетен период, който беше изключително активен, въпреки че на пръв поглед е от по-слабите събитийни периоди, поради събития от обществена значимост, (като напрежението в Гърмен, атентът в Шарли

Абдо) и други информационни събития, скупчването на няколко важни програмни за нас проекти, като Детската Евровизия, на която беше даден старта през този период. Подписахме договор с Европейската асоциация за телевизия и започнахме активна, изключително сложна подготовка, тъй като това е събитие, в чийто мащаб не сме правили такъв проект. Това не е само един концерт - празник на таланта на децата, а една много мащабна програма, която представя и България пред Европа и не само пред Европа, защото Детската Евровизия се излъчва и в Латинска Америка и в Австралия, дори в момента се водят преговори за участие и на Австралия за първи път тук в България. Има потвърждение вече от 16 държави, колкото бяха миналата година в Малта, но нашата надежда е да стигнем максимума, който допуска този конкурс за участие - 18 държави. Водят се преговори с Австралия и с Израел, които не зависят толкова от нас, колкото от политиката на Европейската асоциация за радио и телевизия за допускане на тези държави като асоциирани членове на съюза.

Дирекция "Информация". Акцентите за този период са отразяване на международното предаване "Светът в седем", което тогава беше в сутрешния блок, както и едно предаване, което се роди от идеята на наш репортер и получи наистина изключително добрата оценка на зрителя, вследствие на което вече имаме няколко сезона. Сега се подготвя трети сезон. "България от край до край". В този период беше за хората от Балкана, както казах, тест за професионалните стандарти. Както винаги нашите журналисти от дирекция "Информация" отразиха събитията в Гърмен и Орландовци като изключително много се постараха за внимателен анализ на езиковите средства и на визуалната картина, за да не бъде допуснато никакво използване на езика на омразата или на обидни квалификации и да могат да се покажат едни много положителни практики за интеграцията на ромската общност в нашето общество. Като пример мога да дам позитивна ромска учителка от Видин в детска градина, за която имахме материали в новинарска емисия и която е една от най-любимите учителки на децата там. Както е отбелязано и в отчета, опитваме се да представим в пълнота международната картина и всичките събития, които се случват в света. Изключително ни е трудно без кореспонденти, тъй като нямаме допълнително финансиране за това, но поддържаме много добра стрингерска мрежа, изпращат се репортерски екипи от тук. Смятам, че нямаме пропуснато международно събитие, което да не е било отразено в неговата цялост. В дългосрочен план защитаваме принципа на обществените телевизии, че на местата от ключова необходимост трябва да има кореспондентски пунктове. Много сериозен акцент в този период беше документалистиката на Българската национална телевизия. Опитвахме се да направим знакови документални филми, особено добри са филмите от поредицата: "В кадър" - "Новите джихадисти в Европа" и "Заплахата Ислямска държава", както и филмът, който беше посветен на 80 годишнината от Втората световна война. Не сме забравили и българското участие в глобалната култура, защото смятам, че културата и въобще културният дебат, който се провежда на територията на нашата телевизия е знаков и постоянен за разлика от спорадичните такива в частните телевизии. Силен акцент беше поставен и върху корпоративно-социалната кампания, която БНТ продължи и стартира в този период. Много добре се получи кампанията "Електронният прочит", която е благотворителна за събиране на средства за мобилна апликация за незрящи хора. Също така "Млад учител", с която подкрепяме тази професия и връщането на младите хора в нея. Отзвукът и тук е много добър и ще видим в какъв вид можем да я продължим. В този период беше и голямата годишнина на телевизията - 55 години от старта на БНТ. В такива знакови юбилеи винаги има и недоволни, въпреки че се постаряхме да направим една пълна картина на всичките имена. Тук се роди рубриката "55 лица", която е естествен продължител на "55 години от нашия живот". Направи се един много

сериозен документален филм, с който се опитахме да бъдат представени различните поколения, които са минали през телевизията. Имаше обидени, но наистина в такъв един голям период, в който телевизията се е развивала, няма как да покажем съвсем пълноценно всичко, въпреки че се постаряхме да вдигнем, както се казва, завесата и да покажем този екип, който не е видим за зрителя. Извадихме целия архив на телевизията, във фейсбук страницата беше вдигната посещаемостта с близо 80 %, имаше много активен интерес. Този момент с обидените колеги ще видим как може в бъдеще да не се допуска, въпреки че с моя опит през различните годишнини винаги се стига до един такъв неприятен момент. Усилено се подготвя новият сайт на БНТ. Беше променена първата визуална страница на БНТ по съвсем нов начин. Сега предстои една битка в това пространство. Проучването показва, че интересът на зрителите е много голям в това пространство и ще засилим тази конкуренция в сайтовете. Спортът както винаги е акцент в програмата на телевизията. Опитваме се да не акцентираме само върху комерсиалния спорт, който е дейна част от програмата на частните телевизии, а да можем да представим на зрителя една много по - богата картина от спортни състезания, които не представляват интерес за частните телевизии, тъй като рейтингът им не е толкова сериозен, но имат определена роля в нашия спортен живот. Опитваме се, също така, да покажем другата част от спорта, не само радостта на феновете, но и като култура и здраве на живот, запознаване на децата с много от различните видове спортове. Така беше отпразнувана и годишнината на най-новия ни канал - БНТ HD със съдействието на други институции безплатно докосване на децата до различни видове спортове. Искам да кажа, че много децата се записаха в клубове да тренират след тази проява на БНТ HD, което за мен е един голям принос. Като акцент на програмата в този период "Лачените обувки на българското кино" е безспорен успех. Рядко си позволявам да кажа за успехите в програмата на телевизията, защото смятам, че това е част от работата на българския зрител, но в случая наистина смятам, че телевизията достойно отрази това мащабно културно събитие с този формат с излъчването на тези български филми, и с опита да се придаде виждането на новите млади режисьори за класиката, защото знаете, че преди всеки филм имаше една визуална и аналитична трактовка на младите български режисьори към класическите произведения.

Подготовката на Детската Евровизия 2015 г. е ключов момент от този отчетен период, даже бих казала най-трудният, защото се сблъскахме с всички наши неопитности, защото наистина това не е проект, който БНТ е правила някога и не само БНТ, а въобще в телевизионния медиен пазар. Тук самите технологични фирми бяха малко в ступор от изискванията, които са изключително високи като стандарт на технология, като изисквания за сцена, за звук и картина. Труден беше изборът за логото на Детската Евровизия. Обявихме конкурс с няколко български фирми и за съжаление не успяхме да представим убедителен проект пред ЕВU, защото знаете, че крайната дума като решение взима Европейския съюз за радио и телевизия и по-точно Комитет, който отговаря за Детската Евровизия. Стигна се до продължение на този конкурс с участие на международни фирми и логото е от една от големите италиански компании за дизайн и лога. Веднага се видя разликата в опита на нашите италиански колеги. Логото беше представено на няколко събития: на пресконференция преди голямата Евровизия във Виена, също в Прага на срещата на директорите на всички европейски обществени телевизии. Този трейлър се прие изключително добре. Това е една визуализация на много от природните забележителности на България и като култура и въобще като атмосфера какво носи държавата. Представена беше София като столица и като част от историята и културата на България. Много благодатно е мотото: "Откривай!", защото то може да се преведе метафорично като откриване не само на мечти, а и на приятелство: "Откривай България!", "Откривай България като страна на култура,

страна на археология!”. С всичко това се опитахме да дадем представа за България и за София и се надяваме, че сме направили много добра презентация.

Друг акцент в дейността ни за този период е нашата идея за интернет портал “ТВ хлапета”. По принцип знаете, че БНТ трудно изпълнява лицензията по отношение на детските предавания и се опитваме да направим всичко възможно, за да я изпълним. До края на годината смятам, че това ще бъде постигнато с тези слотове, които сложихме в допълнителните детски програми, с предаванията, които се предвиждат във връзка с детската Евровизия, които са съпътстващи програми. Но наистина е трудно да отговорим вече на детския интерес в една политематична програма, защото децата се обръщат към изцяло детските канали и просто не е така реалистично да мислим, че те следят програмата на един политематичен канал и гледат в кой час има детско предаване, за да го гледат. Смятам, че те са или в интернет пространството и затова се опитахме много голяма част от нашия архив да бъде представен в този портал, да има игри, да има различни интерактивни дейности, викторини. Разбира се, това е само началото на портала. Той тепърва ще се обогатява с още много нови и нови неща, но мисля, че децата са в това пространство вече и всяка една обществена телевизия е фокусирана върху тази територия и разбира се, въвеждането на детски канали. Ако се погледне профила на каналите на европейските телевизии ще видите, че вече почти всички отварят детски канали. Смятам, че това е нещо, което и националната телевизия, при едно добро финансиране, трябва също да направи, но за съжаление в момента сме в застои. Знаете, че имаме идея за културен канал, който е разработен с програма, с технологична част и как да бъде въведена, ако случайно се увеличи бюджетът на телевизията. Можем да го направим за следващата година, защото смятам, че каналите, които една обществена телевизия трябва да има, са един спектър от информационен, културен, детски и спортен канал и ако погледнете това жанрово разнообразие на европейските обществени телевизии, се виждат подобни канали. Защо спортен канал? Защото тук винаги има един дебат защо спортът не е комерсиализация. Не смятам, че спортът трябва да се третира като комерсиализация, още повече, че Европейския съюз за радио и телевизия, заедно с всички обществени телевизии, винаги кандидатстват заедно за спортните права, винаги са за световното първенство. Ако не винаги, ако не се загуби търга за Европейското по футбол, повечето спортове, които националната телевизия излъчва, са в съвместен търг с всички европейски обществени телевизии. Сега, поради финансови кризи, които има не само БНТ, но мога да кажа, че те са и в европейски план, се предприемат общи стратегии за комерсиални телевизии, но като цяло Европейският съюз за радио и телевизия не иска да отстъпи от позицията, че спортът е много повече от реклама.

Тук искам да кажа и за няколко наши проекти като “Пътуващо кино”, което се провежда вече няколко години при абсолютно нарастващ интерес. Тази година беше в 26 населени места. Наистина бяха пълни салоните и смятам, че това е един от открояващите се проекти на националната телевизия.

Друг един проект, който искам също да акцентирам, това е на БНТ2: “Купувай българското”, който стартира също преди няколко години, но вече е на етикети на над осем милиона стоки в нашата мрежа. Също така, много големи магазини се присъединиха, изключително големи индустрии, като се започна от млекарите и хлебопроизводителите и прерасна вече в наистина подкрепа на българския бизнес.

Има и предавания на БНТ2, които се опитват да променят своя профил, за да можем в края на годината да осъществим тази наша идея, естествено при вариант, който ви е одобрил. Става въпрос за една нова лицензия за реструктурирането на БНТ2 като информационен канал. Вече почти всички големи граждански дискусии в парламента, между неправителствени организации и дебатите в парламента се предават пряко по

БНТ2. Много публицистични предавания има за потребителската кошница, която е насочена към потребителите и бизнеса. Има туристическо предаване: “Пътувай с БНТ2”, което акцентира върху нашия туризъм. Много социална проблематика и хората от регионите вече добре познават тези предавания, за което съдим не само по рейтинга, който имат, но и по темите, които предимно идват от зрителски обаждания в центровете. Предаването “Абсурдите с БНТ2”, което се приема като разследваща журналистика и се прави от различните центрове всяка седмица също е едно от предаванията, което се радва вече на много голям зрителски интерес. Опитваме се да отговорим на големия проблем на центровете за лоша техника и за абсолютната несъвместимост между София и центровете от гледна точка на технология. Много е трудно предвид финансовата ни ограниченост, но сме предприели някаква стратегия, която вече се изпълнява. Преди изборите част от техниката, която няма да се използва вече в БНТ1, поради въвеждането на HD в студията, ще бъде пренесена в центровете и се надявам до някаква степен да облекчи тази технологична неравнопоставеност.

Рекламите са също един, няма да скрия, болен проблем на националната телевизия. Той е комплексен. Със сигурност имаме и ние проблем, защото не съм човек, който да търси грешките само в законодателството, което със сигурност е проблем също, но ако трябва да кажа обективно, трябва да имаме изключително по-активен рекламен отдел и маркетинг с по-агресивна рекламна политика, което явно е все още проблем за националната телевизия да постигне и естествено няма да скрия и обективните предпоставки за това, че ние не можем да отговорим на търсенията на рекламодателите. Да оставим настрана една по-голяма комерсиализация, защото смятам, че това не трябва да се допуска напълно от националната телевизия, казвам напълно, защото винаги има предавания, както казах и спорта, които се тълкуват различно. Но не можем да отговорим на исканията за продуктово позициониране, което представлява все по-голям интерес от страна на рекламодателите, защото нямаме право. Не можем да отговорим на изискванията за преференциална поставимост на рекламата, т.е. повечето рекламодатели искат да са или първи или последни в рекламния блок, а ние няма как да удовлетворим това тяхно искане, тъй като рекламните ни блокове са изключително малки, особено в праймтайма, това е абсурдно да можем да го предложим. Въобще има наистина много обективни проблеми, които пречат на националната телевизия за продажбата на рекламните, но въобще тази част и частта за финансирането, която е изключително важна, предвид и мисията на националната телевизия, предложихме на парламентарната Комисия за медии един такъв дебат, който надявам се да се състои тази година. Той беше отложен от лятото, но се надявам да може да се проведе до края на годината, имам предвид преди да започне обсъждането на бюджетната рамка за тази година, за да има смисъл. Благодаря ви.

**Георги Лозанов:** И аз благодаря, изложението беше изчерпателно и освен представените резултати, се поставиха и проблемите.

**Анюта Асенова:** Отчетът е толкова подробен, че не налага да задавам въпроси. Само искам да отбележа, че очаквам с нетърпение и любопитство предстоящия старт на предаването “Плюс това” с Милена Цветанска и Георги Милков.

**Вяра Анкова:** Надявам се това предаване да се получи така, както е като концепция.

**Иво Атанасов:** Уважаеми колеги, смятам и от днешния отчет, и от това, което все пак наблюдаваме не само като членове на регулатора, но и като зрители, че БНТ общо взето изпълнява своята обществена мисия, включително и през периода, който се отчита. Това виждаме както в новинарските емисии, така и в публицистиката. Налице е баланс, множество гледни точки и зрителят може да се ориентира, не да бъде промиван мозъкът му. БНТ това го прави и това е едно от достойнствата на нашата обществена телевизия. Аз имам все още незакърняло чувство за политически баланс и смятам, че и

в това отношение нещата са приемливи. Разбира се, има лек превес на управляващите, но това е обяснимо, тъй като обикновено те поднасят повече събития и БНТ няма как да не отиде да ги отразява - било откриване на спортни зали, на магистрали и т.н. Искам да приветствам и документалистиката, която виждаме по нашата национална телевизия. Но примерно тези неща, които се дават за бежанците, показват една преобладаваща и в европейските телевизии, но не цялостна гледна точка към проблема. Виждаме майки с дечица, което наистина събужда човешкото съчувствие, но тяхното страдание е само част от проблема. Защото виждаме и, макар и откъслечно, че седемдесет на сто са мъже в млада и добра репродуктивна възраст. Това като че ли се оставя на заден план. Дано не приемате констатацията ми като някаква намеса в съдържанието, което произвеждате, но някак си репортажите започват все от брега – било от гръцкия или от турския, но какво става в лагерите за бежанци, които са в Турция примерно, кой им дава парите, дава ли им някой указания какво да правят, къде да се насочат, това не се показва. Да допуснем, че е така, защото трудно се отива там.

**Вяра Анкова:** Имаме екип, който беше две седмици по лагерите и съвсем скоро материалите ще бъдат обработени и ще се направят филми. На 23-ти подготвяме един концерт, заедно с Червения кръст, за майките и децата, но смятам, че тук наистина всички телевизии поставят този проблем не защото не забелязват и другия, но защото това са хората, които са жертвите реално.

**Иво Атанасов:** В лагерите е много интересно, защото може да се покаже същността на проблема. Но Европа дотолкова е хваната в примката на конвенции, харти и регулации, та не вижда или не е в състояние да реагира, че това, което вече става, надминава представата за бежанци. Радвам се, че сте изпратили екип точно в такъв бежански лагер. Въпросът да се изясни кой им дава парите, кои са, какво са преживели, това са много важни неща, за да си обясним събитията.

На миналия отчет и на по-миналия отчет говорихме какъв голям ресурс за националната телевизия е нейният златен фонд и това, че тя притежава телевизионното съдържание, произведено да речем четиридесет години, няма друг, който да притежава фонда и неслучайно г-жа Анкова отчита големия успех на проекта “Лачените обувки на българското кино”. Макар че самото заглавие като че ли дава известно предимство на един от филмите, друг е въпросът, че това предимство не беше реализирано. Според мен проектът беше също достатъчно добър, за да привлече вниманието на широката аудитория, което е едно от постиженията наистина на националната телевизия в този период. Същевременно искам да припомня, говорили сме и на предишния отчет, за тези загубени произведения в златния фонд. Това е един нерешен въпрос, който трябва да намери подходящо решение. Г-жа Анкова знае за какво говорим. Тук нашият експерт ни е написал в анализа на отчета, че е време БНТ да направи една мащабна шоу програма, но на мен някак си ми се иска това време да не идва, защото има вечери, в които си даваш сметка, че няма какво да гледаш, не говоря за БНТ, говоря за другите телевизии, някакви риалити със силиконови красавици и анаболни мускули, някакви такива неща, които са извън добрия вкус, които, замисли ли се човек, са дори под достойнството му да ги гледа. Добре, че има БНТ, който е един спасителен остров в такива вечери, за да може да се види нещо, което наистина те предразполага към размисъл, а не просто към това да се въодушевяваш от нещо лъскаво, което е лъскаво по форма, но не и по съдържание. Например “Биг Брадър”. Достатъчно е да спомена името му, за да се досетите всички за какво става дума. Така че БНТ в този смисъл е един спасителен остров и аз се радвам, че този остров не е толкова малък, а има своята аудитория.

Малко по финансовата част. Когато г-жа Анкова беше избрана за втория мандат, аз тогава казах, че бих се радвал, ако и БНТ може да бъде финансово стабилна като БНР. Сега може би трябва да си върна думите назад и съм в състояние да го направя, защото човек не винаги може да бъде точен в своите оценки. Виждаме как БНТ се справи с това изискване за 10 % съкращаване на разходите за издръжка, без да стига до сцените, които се случиха в БНР. Не можем да разберем от отчета как е станало, но фактът, че няма подобни събития в БНТ, подсказва, че има някакъв секрет, който ви помага да ръководите телевизията без онова, което виждаме, че се случва в БНР.

Гледайки приходите на БНТ, ми прави впечатление, че първо разходите са по-малко - 45 % от предвидените за годината, а приходите са 55 %, което показва, че има едно по-добро изпълнение на приходите спрямо разходите, но стигайки до перото “приходи от програми”, виждаме, че там има само 200 хиляди лева, което е колкото перото “приходи от служебни барчета”. Някак не ми изглежда нормално едното да е равно на другото, след като отчитаме успешни сериали и проекти. Не носят ли приходи тези продукции?

**Вяра Анкова:** Носят, но тъй като приходите се отчитат в различни периоди, така се е случило, че в този период не са постъпили. Приходите, които получаваме от сериалите, не са регулярни всеки месец, не се реализират равномерно през годината.

**Иво Атанасов:** Можем да очакваме да има приходи в следващия отчет. С това завършвам и пожелавам успех на целия УС и на генералния директор до края на годината. Предлагам да приемем отчета.

**Георги Лозанов:** Преди да го приемем, бих искал да кажа две думи. Тук има един проблем, даже бих казал теоретичен, по който аз мисля. БНТ, Канал 1 се е превърнал в телевизията на просветените и граждански активни хора. Обществената медия би трябвало да е за всички, а Канал 1 е в някакъв вид специализация за комуникацията, но тази “специализация” компенсира много дефицити в публичната сфера. На мен ми се струва, че по един парадоксален начин така в по-голяма степен изпълнява обществената си задача, една друга роля, която на мен ми се струва много ценна, независимо, че може да влиза в противоречие донякъде с теорията.

**Вяра Анкова:** Може би акцентираме върху един от основните постулати на обществената телевизия като се опитваме да възпитаваме ценности.

**Георги Лозанов:** Аз не съм сигурен даже, че възпитава, защото привлича някаква аудитория, която не е нужно да я възпитаваш.

**Иво Атанасов:** По-скоро една компенсираща функция.

**Георги Лозанов:** Да, компенсираща тъкмо. Тази просветена аудитория все повече остава в нашата публичност без своя медия, а тя е комуникативно най-активната и най-нормално там са лидерите на мнения и т.н., т.е. Канал 1 БНТ продължава да е най-различен, с особена роля в нашето общество. От там нататък ще кажа само два проблема и ще маркирам един трети, малко по-обстойно. Очевидно, каквото и да казваме за промяна на посока на активността на рекламни и маркетингови стратегии на медията, аз много бих се радвал ако това мине през бързи действия и кадрови промени включително и въобще като замисъл да се смени посоката като стратегия, защото явно е, че тук има дефицит, за който и г-жа Анкова говори. И другото е, разбира се, он лайн съдържанието. Малко бавно ми се струва че е. Този процес е много бърз, част от обществената мисия на БНТ е да води процесите, трябва там да се отвори цял един нов комуникативен фронт. Аз си давам сметка, че това са проблеми, по които всекидневно мислите, но нека да ги поставим като акцент и то с мисълта още следващият отчет да има по тях някакви съответни действия. С г-жа Анкова мандатите ни са към края си, така да се каже в пясъчния часовник вече почти свършва пясъкът и затова трябва да се бърза. Най-сериозният проблем за мен е БНТ2 . Там е една неяснота, така да се каже

една “телевизионна мъглявина” е БНТ2. Може би наистина трябва да стане информационен, но пък тогава трябва да се помисли как ще се реализират регионалните центрове, как ще се засили регионалното звучене. Трябва да го замислите първо като концепция, която да ни представите.

**Вяра Анкова:** Да, в момента се пише концепцията за реструктурирането му в информационен канал. Ще бъде информационен, но на базата на проблематиката на регионите.

**Георги Лозанов:** Моето усещане е, че никой не възприема вече БНТ2 като регионален канал.

**Вяра Анкова:** Аз съм съгласна с това, но тук проблемът дойде от това, че няма регионален мултиплекс и де факто той не е регионален, защото в момента каквото можеше и беше заложено в старата стратегия, както знаете, в първия мандат с отварянето на прозорците и всеки регион да си гледа собствената програма, това щеше да го отличи като регионален канал, а в момента се опитваме да компенсирате това с едно редуване на центрoвете, което е по дни и по програми, но това не може да стане, защото зрителят не може да разбере точно кога е редът.

**Георги Лозанов:** Вие, ако ги наредите по дни в един пояс, не искам аз да давам програмни препоръки, но нещо да се изясни дори и да е схематично в началото, за да може да влезе в съзнанието на зрителя регионалният профил и всеки да си търси своя.

**Анна Хаджиева:** Трябва да се показва всичко, което е важно от цялата страна, дали е регионален или не.

**Георги Лозанов:** Хората от Русе да кажем да знаят къде има нещо насочено към тях, с което те да могат да се идентифицират.

**Анна Хаджиева:** Никой не се идентифицира вече с мястото.

**Георги Лозанов:** Защо Пловдив си има собствено лице.

**Анна Хаджиева:** Да, но всички местни сюжети имат повече журналистически смисъл в национален контекст.

**Вяра Анкова:** Това, което аз бих направила е едно социологическо проучване по регионите, защото много е трудно от тук, от София имам предвид, да дискутираме нещо, което е предвидено за Русе, Пловдив и регионите, за да можем да видим те припознават ли този канал. Аз смятам, че много малка част го припознават, а от друга страна има голямо предлагане на теми и наистина всичките абсурдни разследвания идват от самите хора по регионите. Може би са си отгледали някаква лоялна аудитория, която идва още от преди, когато те бяха, и тази аудитория просто намира нещо интерактивно по-скоро, защото вижда, че има някакъв отзвук на техните проблеми. Но едно закриване на тези центрове, БНТ не може да си позволи.

**Георги Лозанов:** Аз не мисля, че трябва да се закриват. От една страна тези центрове съществуват и произвеждат съдържание на място и свързано с мястото, което е огромно богатство за БНТ, за националните програми, а втората страна вече е когато самата програма се насочва към някакъв тип регионална аудитория. Ани казва, че вече няма такова нещо, но това е открит дебат.

**Анна Хаджиева:** Аз съм правила такава програма и знам, че всяка регионална тема е част от общата картина в страната и аудиторията се интересува именно от такъв ракурс.

**Вяра Анкова:** Аз понеже скоро се върнах от Америка и там регионалните програми са силно развити.

**Анна Хаджиева:** Но това е континент, не е държава, а ние просто за три часа път и излизаш от границите на държавата.

**Вяра Анкова:** Там си се пуска каналът на Бостън и се гледа, но то първо е направено със страшно много пари. Второ, там гледаш прогноза за времето, трафик, всякаква такава проблематика, но се вижда, че там са изсипани страшно много пари. Аз не



искам, защото наистина свеждаме разговора само до пари и понякога звучи ужасно, но аз не знам как се прави телевизия без пари.

**Георги Лозанов:** Добре. Аз само поставих акцент върху това, защото сега, когато се преформулира каналът и концепцията му, е добре да се мисли и по този въпрос. Това решение е добре да бъде в резултат на някакъв анализ и после да се заяви ясно, ако ще има отказ, да има отказ, ако ще се търси някаква регионална насоченост, да се измисли стратегия затова, как да не е “мъглява”.

Предлагам да гласуваме отчета на БНТ за периода февруари – юли 2015 г. и да благодарим на нашите колеги, че ни го представиха и да им пожелаем успех.

**Решение:**

**СЕМ реши с 4(четири) гласа “за”:** прие Отчет за програмната, технологичната и финансовата дейност на Българската национална телевизия за периода февруари – юли 2015 г.

**ПО ТОЧКА ВТОРА:** Доклад на Дирекция «Обща администрация» по проект на бюджет на БНТ и БНР за 2016 г. и актуализирана бюджетна прогноза за периода 2017-2018 г.

**Решение:**

**СЕМ реши с 4(четири) гласа “за”:** прие проект на бюджет на БНТ и БНР за 2016 г. и актуализирана бюджетна прогноза за периода 2017-2018 г.

**ПО ТОЧКА ТРЕТА:** Доклади на Дирекция «Специализирана администрация – НЛРПР» за:

а) Наблюдение изпълнението на изискването на чл. 198, ал. 4 от Изборния кодекс;

**Антоанета Лозенска:** На основание подписано Споразумение между Централната избирателна комисия и Съвета за електронни медии, СЕМ започна на 14.09.2015 г. наблюдение с цел да установи съответствие на предизборното поведение на доставчиците с изборното законодателство и по специално с разпоредбата на чл. 198, ал.4 от ИК. Условието 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. Заплащането се извършва предварително. Съгласно хронограмите на ЦИК, крайният срок за изпълнение на това задължение, както за изборите за общински съветници и кметове, така и за Референдума, беше 14.09.2015 г. Следва да се отбележи, че така формулираният текст е в главата за отразяване на предизборната кампания от търговските електронни медии. ИК не борави с термина обществени медии извън БНТ и БНР, а такива по същество има -програмите на общини, телевизия Алфа и пр. Настоящото уточнение се прави с оглед на това, че извършената проверка по спазване на горесцитираната разпоредба обхваща изброените в споразумението търговски медии, но и обществените предвид редакцията на текста на чл. 198, ал.4 от ИК. Данните от извършените проверки от СЕМ относно изпълнение на задължението от всеки конкретен доставчик, прилагаме като Приложение 1 към настоящия доклад.

Наблюдението направи проверка дали доставчиците са поместили по отделно: 1.ред и условия като параметър и 2.Тарифи. Проверките са веднъж относно предизборната кампания за местните избори и отделно за кампанията за национален референдум.

Към дата 15 септември се констатира различни практики: националните медии като: БТВ, Нова ТВ, България Он Еър, Дарик Радио България, Радио Фокус са изпълнили това свое задължение, както и при кампаниите през 2014 г. Не всички от другите, посочени в Споразумението медии са поместили тарифи. Има и такива, които са поместили само тарифи, но не и ред и условия. Среща се и поместване на тарифи и условия за местни избори, но не и за Референдум.

Що се отнася до местните общински програми, създавани от общини, в голяма част същите не са поместили сочената информация (има и изключения). По-често сайтове на общините по-скоро оперират с информация, свързана с изборите, а не с такава като за доставчици на медийни услуги. Следва да се има предвид, че заложените 27 кратки общински програми по същество се създават от общини и те са ДМУ по смисъла на ЗРТ. И в този смисъл следва да изпълняват условията на ЗРТ и ИК. Разбира се, има общини, които са поместили информация на сайтовете си.

Важно е да се направи една правна бележка: общините съставляват обществени доставчици по ЗРТ, а не търговски. Но пък член 198, ал.4 е категоричен, че важи за интернет страницата на съответната медия по ал. 1. А ал.1 прокламира правото и задължението на всички електронни медии, с изключение на Българската национална телевизия и Българското национално радио и техните регионални центрове, да използват платени и безплатни форми на отразяване на предизборната кампания на партиите, коалициите и инициативните комитети, регистрирали кандидати т.е. не се прави разлика между обществени (извън БНТ и БНР) и търговски. В този смисъл, изпълнението на това задължение по същество включва и общинските програми на обществените ДМУ, независимо, че главата от ИК е за отразяване на предизборната кампания от търговските електронни медии.

**Антоанета Лозенска** докладва писмо вх. № РД-21-41-00-4 от 10.09.2015 г. от Асоциация „Прозрачност без граници“, в което се посочва една от препоръките на Асоциацията във връзка с наблюдението на изборите през 2014 г. за създаване на *законов* механизъм за взаимодействие и обмен на информация между СЕМ и Сметна палата, като сочат, че данните от мониторинга на СЕМ биха могли да послужат за информационен източник при извършване на последващ контрол на финансирането на предизборните кампании.

Тази препоръка е разписана под № 5 в Доклад на Асоциация „Прозрачност без граници“ относно избори за 43-то Народно събрание.

Към настоящия момент относно финансирането, свързано с предизборната кампания, ИК в глава 11 има специално разписани текстове, в това число и относно Сметната палата.

В 30-дневен срок след изборния ден лицето, което представлява партията или инициативния комитет, и лицата, които представляват коалицията, представят пред Сметната палата на хартиен и електронен носител отчет за приходите, разходите и поетите задължения за плащане във връзка с предизборната кампания, придружен с извлечение от банковата им сметка. Към отчета се прилагат декларациите по чл. 169, ал.1 и 3. В 30-дневен срок след изборния ден доставчиците на медийни услуги, социологическите и рекламните агенции, както и агенциите за осъществяване на връзки с обществеността представят в Сметната палата на хартиен и електронен носител информация за предоставените услуги на партиите, коалициите и инициативните комитети. Информацията се предоставя по образец, утвърден от Сметната палата, и се публикува на интернет страницата ѝ.

Средствата на кандидата или на член на инициативния комитет за предизборната кампания се отчитат в отчета на партията, коалицията или инициативния комитет по ал.

1. Към отчета се прилага декларацията по чл. 169, ал. 2. Отчетът се изготвя и представя по образец за всеки вид избор, утвърден от Сметната палата. Отчет, който не отговаря на изискванията относно формата, съдържанието и начина на представяне, се смята за неподаден. Сметната палата определя условията и реда за отстраняване на неточности и непълноти. Сметната палата публикува на интернет страницата си отчетите на партиите, коалициите и инициативните комитети по ал. 1 в 15-дневен срок от изтичането на срока за представянето им. Когато декларираните приходи и извършените разходи във връзка с предизборната кампания са над 1000 лв., Сметната палата извършва одит за съответствие.

СЕМ би могъл да изпрати след изборите на Сметната палата своето наблюдение за информация. Поле за друго взаимодействие към момента на база законовите разпоредби не е предвидено.

**б) Влязло в сила Решение РД-05-102/ 15.07.2014 г. на СЕМ.**

**Решение:**

**СЕМ реши с 4(четири) гласа “за”:** прие проект на лицензия на “ФОКУС-НУНТИ” ООД за доставяне на радиoproграма с наименование Радио Фокус на територията на град Белоградчик, област Видин, честота 89.0 MHz.

ЛИЦЕНЗИРАНИЯТ се задължава да доставя радиоуслугата, включвайки в съдържанието на програмата под формата на прозорец с продължителност 8 часа (от 10.00 до 18.00), следните програмни елементи с регионална насоченост:

- Предавания с информационна насоченост – не по-малко от 25 на сто от дневното програмно време;
- Предавания с образователна насоченост – не по-малко от 2.5 на сто от седмичното програмно време;
- Предавания с културна насоченост – не по-малко от 2.5 на сто от седмичното програмно време;
- Предавания с развлекателна насоченост – не по-малко от 10 на сто от седмичното програмно време.

Срок на лицензията: 15 години, считано от 17.09.2015 г.

Начална дата на разпространение: 17.09.2015 г.

**СЕМ реши** следващото редовно заседание да се проведе на 29.09.2015 г. от 11.00 ч.

**Материали, приложени към Протокол № 33**

1. Дневен ред

2. Проектобюджет на БНТ за 2016 г. и актуализирана бюджетна прогноза за 2017 и 2018 г. с изх. № РД 22-17-00-22/17.09.2015 г.

3. Отчет за програмната дейност, технологичното обновление и финансово състояние на БНТ за периода от месец февруари 2015 година до месец юли 2015 година с изх. № РД 22-18-00-9/17.09.2015 г.

4. Становище: Отчет на БНТ за периода февруари 2015 г. – юли 2015 г. с изх. № РД 22-18-00-9/11.09.2015 г.

5. Становище: Проектобюджети на БНР и БНТ за 2016 г. и актуализирани бюджетни прогнози за 2017 и 2018 г. с изх. № РД 22-17-00-22/11.09.2015 г.

6. Доклад от Дирекция “Специализирана администрация – НЛРПР” с изх. № ЛРР-10-029-44/17.09.2015 г.

7. Доклад от Дирекция “Специализирана администрация – НЛРПР” с изх. № ЛРР-04-30-07-53/ 16.09.2015 г.

**ЧЛЕНОВЕ НА СЕМ:**

<b>Анна Хаджиева</b>	.....	<b>Анюта Асенова</b>	.....
<b>Мария Стоянова</b>	<b>отсъства</b>		
<b>Георги Лозанов</b>	.....	<b>Иво Атанасов</b>	.....
<b>председател</b>			
<b>Старши специалист</b>			
<b>деловодител-</b>	.....		
<b>протоколист:</b>			
<b>Вера Данаилова</b>			