

Настоящият доклад представя данните и констатациите от проведения мониторинг през третия (формален) седемдневен етап от предизборната кампания за Народно събрание.

Кампанията става все по-активна, увеличава се количеството на формите (платените и безплатните). Запазва се тенденцията политическите разговори да се водят чрез дискуссионните форми, като най-атрактивни за аудиторията. Наблюдението отчита, че в състоялите се диспути съдържателността понякога остъпва. Тонът между участниците в политическата надпревара се изостря, което вероятно е обвързано с предстоящия край на кампанията. През наблюдавания период по Нова тв беше излъчен дебат между представители на основните съперници ГЕРБ и БСП (между Елена Йончева/БСП и Делян Добрев/ГЕРБ), от който произтече страничен сюжет (между бившия премиер Б. Борисов и журналистката), намерил отзвук и в другите медии.

В тематичен аспект, наблюдението отчита разнообразие на дискутираните теми.

Третият период открий още нарушения. За тези нарушения СЕМ е изпрати писма. За целия период на наблюдението, от началото на кампанията, ЦИК реагира с 8 решения.

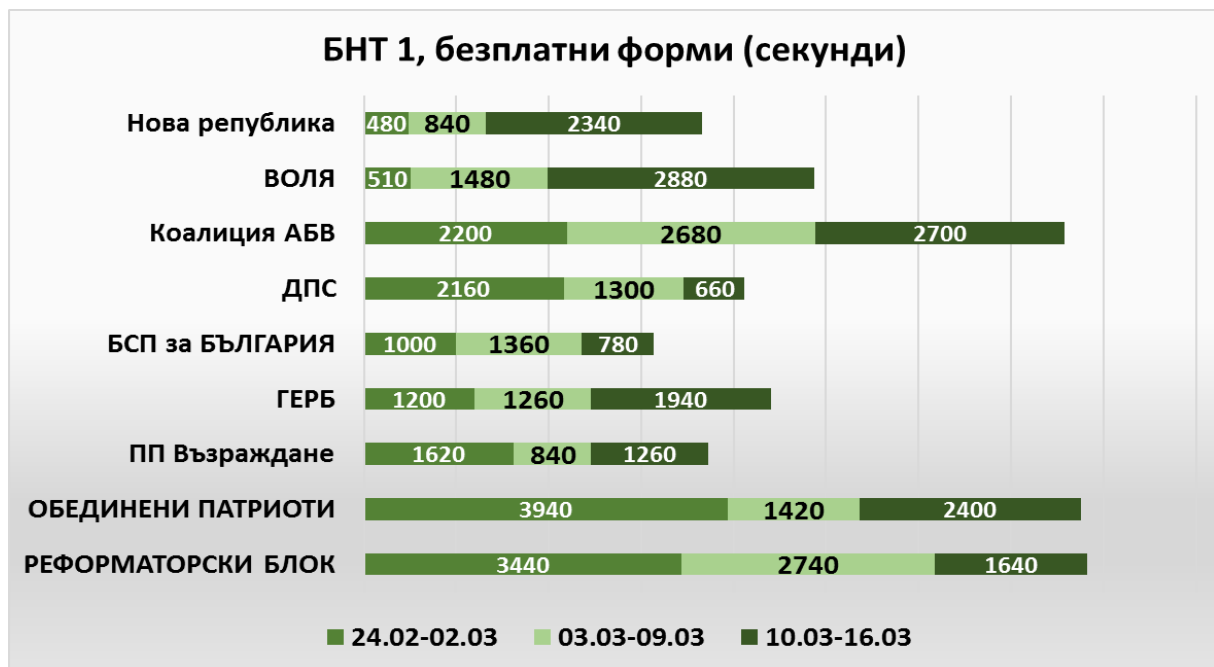
I. НАЦИОНАЛНИ ОБЩЕСТВЕНИ ДОСТАВЧИЦИ

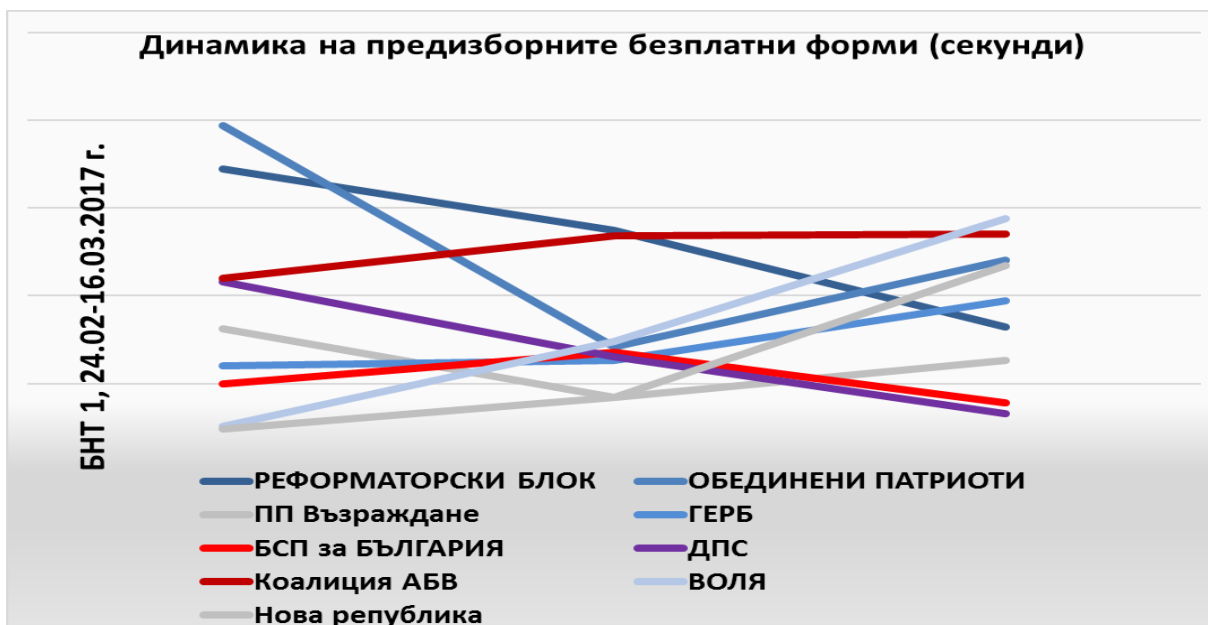
Националните обществени доставчици продължават да осъществяват предизборна агитация, съгласно Споразумения, подписани с партиите, коалициите и инициативните комитети.

БНТ1

Безплатни форми

Основната предпочитана форма за този период е диспутът. Наблюдението отчита като положителен елемент експеримента с интервюта от различни части на страната с **мнения на граждани** по темите които ще бъдат разисквани, десет минути преди началото на дискусиата.





Отново доминираща роля имат безплатните форми като време, а като брой агитационни форми първенство заемат платените материали.

За този период основните теми са “изборите” и “външната политика” (конфликтът между Турция и Холандия). Темите за бедността и ниските заплати също са на дневен ред.



Увеличава се жестомимичният превод и информацията, придружавана с надписи, като по този начин се обхваща и аудиторията със специфични потребности.

ХОРИЗОНТ

През третия отчетен период програма „Хоризонт“ на Българското национално радио продължава да излъчва материалите от предизборната кампания според сключеното споразумение. Предвиден и реализиран в рамките на седмицата има само един безплатен диспут. Темата е „Визия за България – външна политика, членство в ЕС и НАТО, национална сигурност и национални приоритети“. Участие вземат 9 представители на партии или коалиции, които не са получили над 0,5 % на последните избори за народни представители и не са били парламентарно представени. Всеки участник разполага с време от 4,5 минути, за да изложи позицията на партията си.



Въпреки сериозността на дискутираната тема, не може да се направи извод, че през наблюдавания период на слушалите са предложени различни идеи за развитието на страната. Участниците могат условно да бъдат разделени на т.нар. „евро-скептици“ и „евро-оптимисти“, като в зависимост от позицията си по тази ос са разпределени и изказванията им.

Платени форми

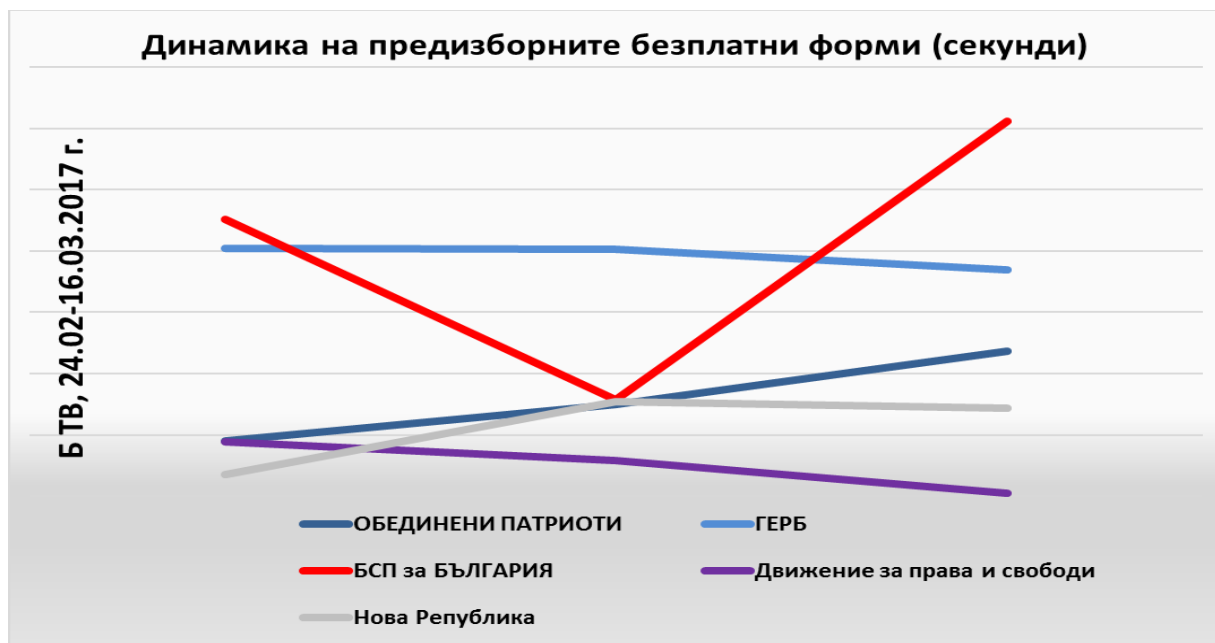
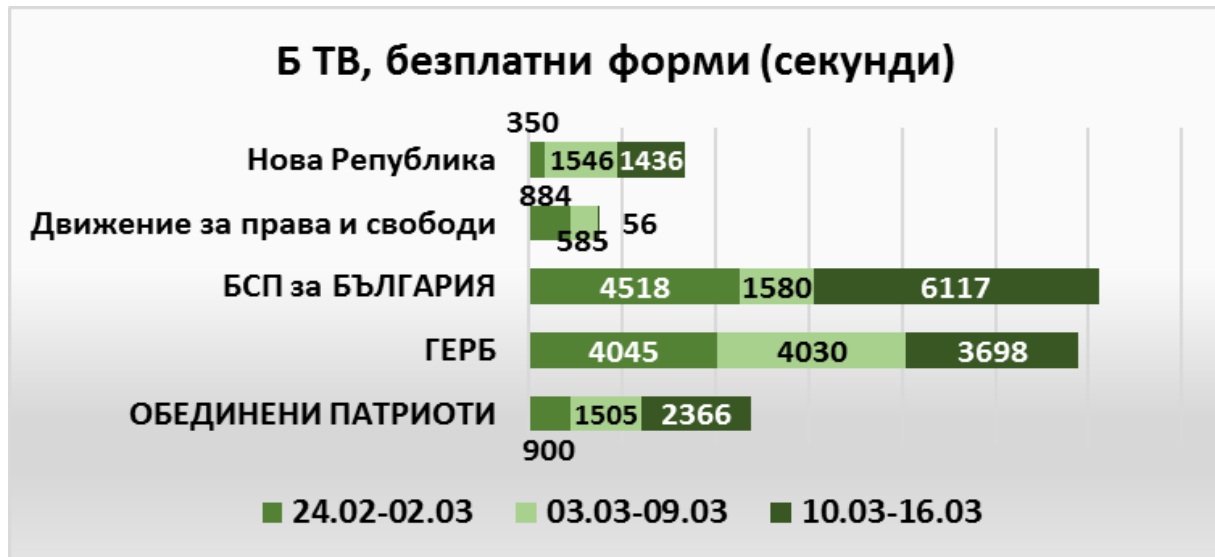
По отношение на платените форми продължава излъчването на хроники, основно на ДПС и Нова република. В рамките на този период започва излъчването и на платен клип на Партия на зелените. Предвидените платени диспути, дискусии или други форма, не са реализирани в рамките на този отчетен период. Прави впечатление ограниченото присъствие на платени форми.

Освен хроники други платени форми не са констатирани.

10-16-Мар-2017 ПЛАТЕНИ	клип		хроника/репортаж	
	брой	времетр.	брой	времетр.
Участник (№ на бюлетина)				
4 Нова Република – ДСБ, Съюз за Пловдив, Българска демократична общност			4	240
9 Движение за права и свободи – ДПС			5	340
12 партия на ЗЕЛЕНИТЕ	8	240		
ОБЩО	8	240	9	580

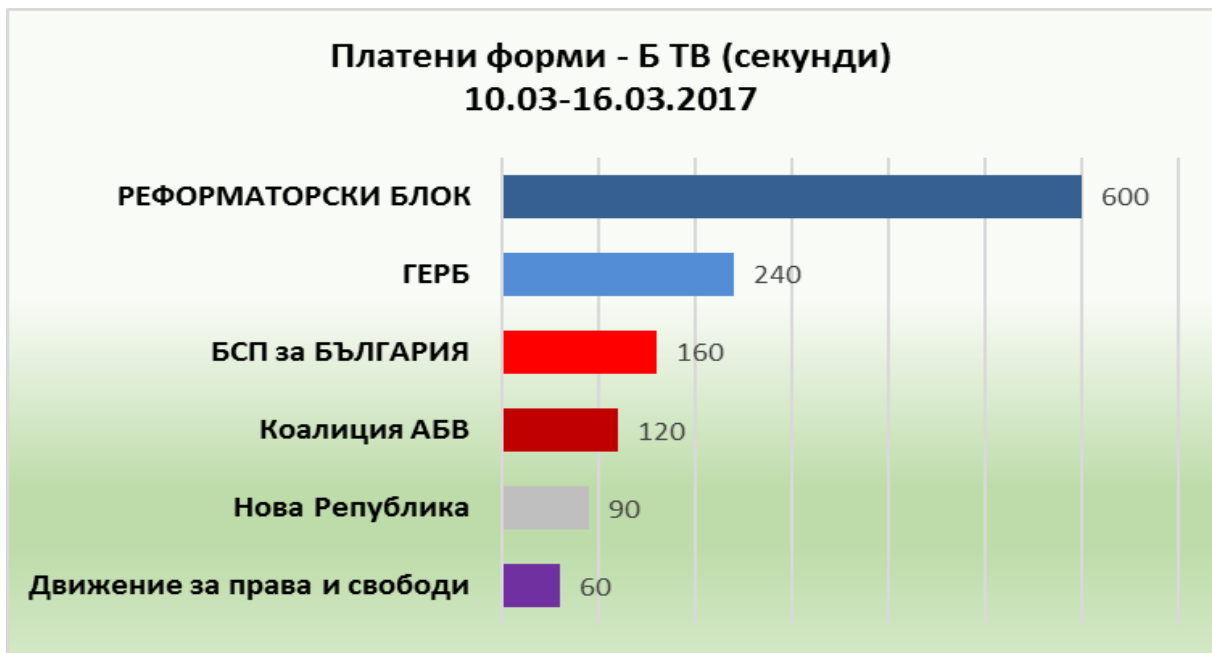
Б ТВ

През третия период по програма Б ТВ се увеличава платената предизборна агитация, въпреки това съотношението е в полза на безплатната агитация. Запазва се тенденцията медията да организира дебати между кандидатите за депутати. **Безплатните дискусии** са шест. Характерно за този период са **безплатни интервюта** с партийни лидери и кандидати за депутати – също шест.



През периода беше констатирано нарушение на чл. 183, ал. 4 от Изборния кодекс, за което СЕМ сезира ЦИК своевременно. Последва решение на ЦИК, което потвърди констатацията на регулатора.

Платени форми



Борбата с корупцията и Енергетиката са водещите теми, разисквани по БТВ в периода. В графата „други“ доминира темата за намесата на Турция във вътрешните работи на страната ни.



Предаването „Лице в лице“ е единственото, което организира и специализирани дебати по конкретна тема. През третия период това беше темата за **енергетиката**. През втория период се откри темата за здравеопазването, а в първия период – национална сигурност.

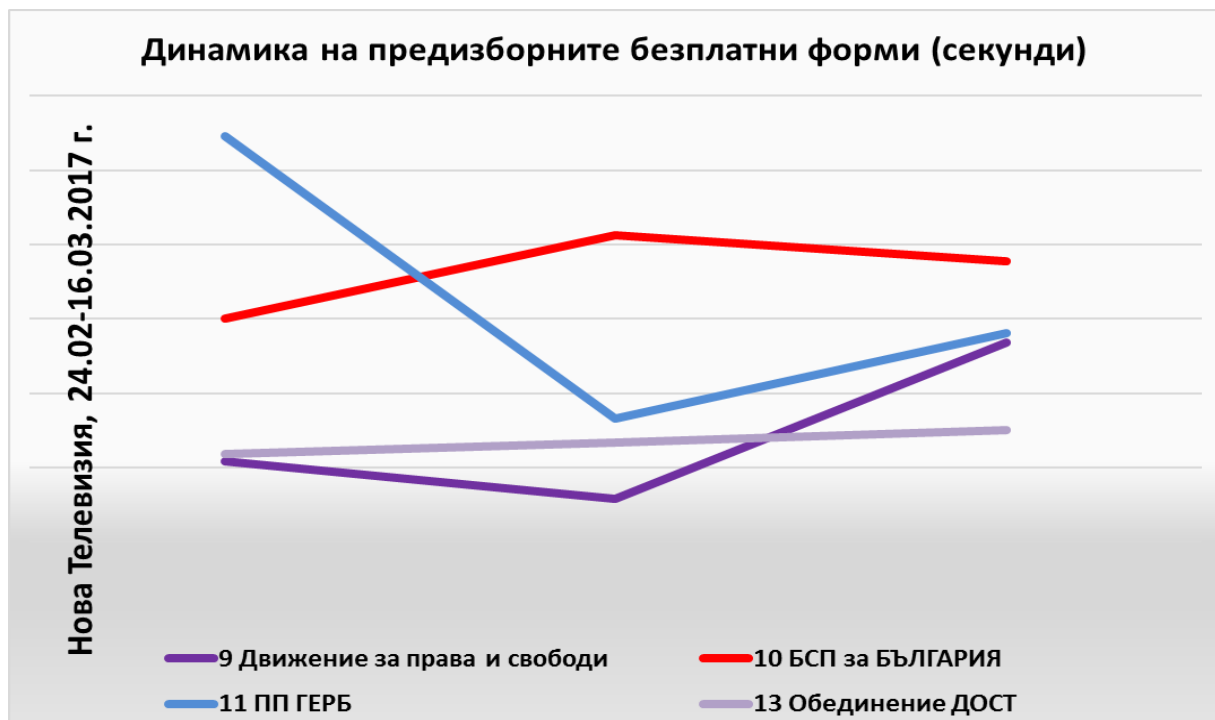
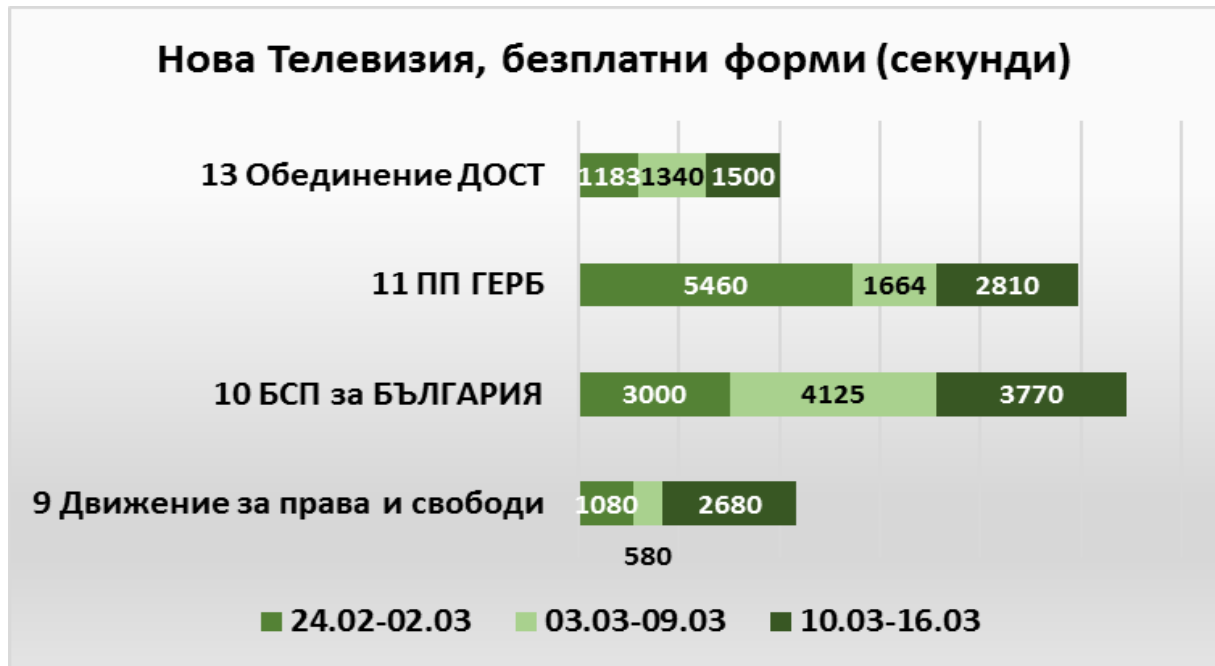
Страничният сюжет, възникнал след реплика в диспут по Нова тв, намира отзвук и в БТВ, като единият от замесените в него, Елена Йончева, гостува в „Тази неделя“, за да представи своята гледна точка.

Трябва да бъде отбелязан дебатът между четирима млади и не толкова популярни политически личности, организиран в студиото на „Лице в лице“ на 10 март. За участници са поканени от БСП за България - Михаил Христов, параолимпиец, от ГЕРБ Георг Георгиев; от Обединени патриоти - Александър Сиди и от Реформаторския блок – Глас народен - Антоний Тренчев.

НОВА ТВ

И при Нова ТВ, както и при БТВ, третият период на мониторинг отчита чувствително нарастване на времето за платена агитация. Въпреки това продължава превесът на времето, предоставено за безплатно представяне на политическите субекти.

В периода е отчетено безплатно участие в диспути, интервюта и информации в новини за кампанията. Интервюта, излъчени в периода са общо осем, дебатите са шест.



Реплика с обвинение за кражба в дебата между Елена Йончева/БСП и Делян Добрев/ГЕРБ в студиото на Нова телевизия провокира след това скандал между лидера на ГЕРБ и кандидат-депутатът от БСП.

Като водещи теми през отчетния период в графата "други", се очертаха мерките, които държавата предприема, за да се избегнат струпвания на границите.



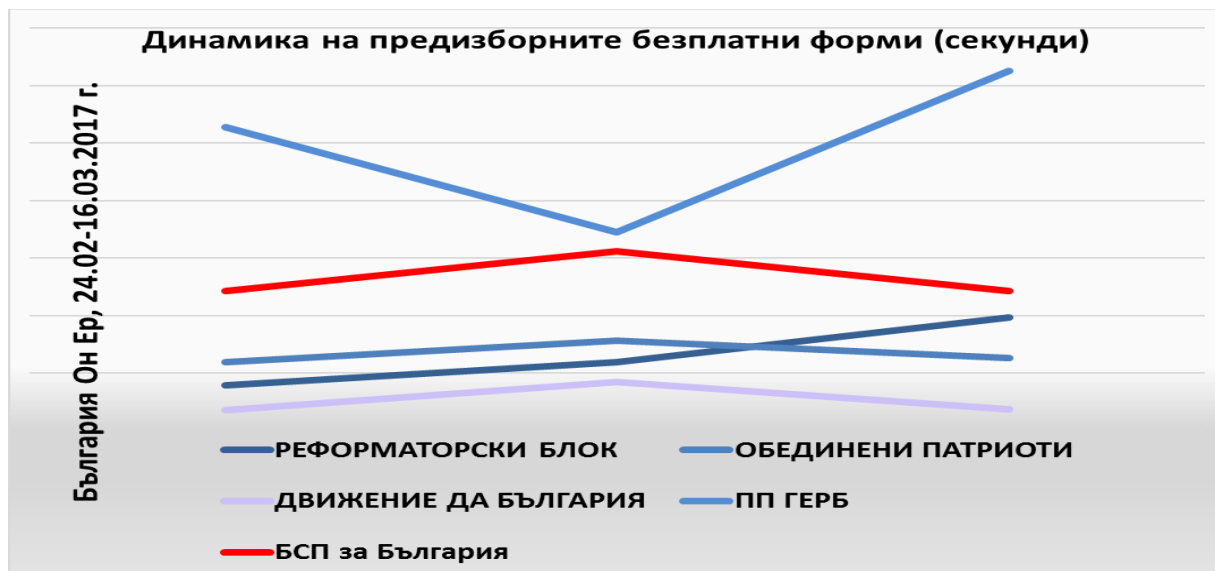
Платени форми



BULGARIA ON AIR

В програма „BULGARIA ON AIR” предизборната тематика за парламентарните избори е отразена в безплатни форми и платени форми. През третия период наблюдението отчита по-голяма активност при отразяването на кампанията. Преобладават безплатните форми като времетраене. Регистрирано е увеличение на броя на платените форми.

Безплатни форми



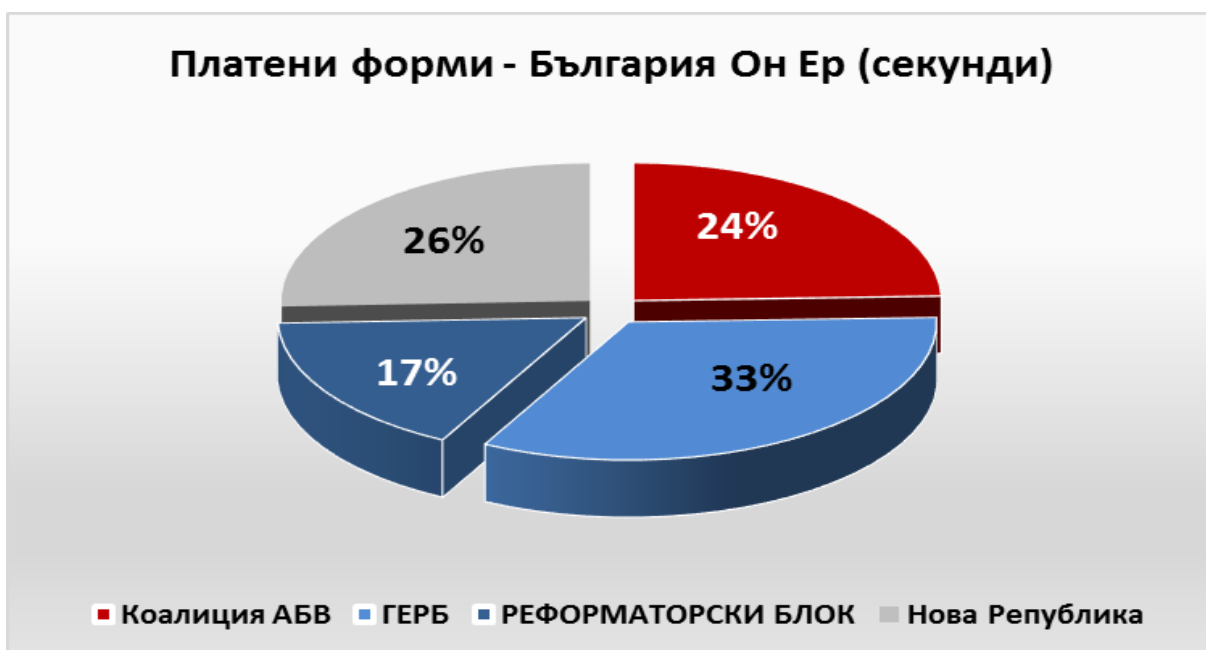
Дебатите и интервютата преминават в спокоен тон. Дава се право на участниците да изложат позициите си по въпроси за управлението на страната в областта на икономиката, политиките на Европейския съюз, правосъдието, социалната политика. В дебатите и интервютата присъстват и – коалиране между партиите след вота, изборен процес и програми за развитие на регионите, геополитика, машинно гласуване, служебен кабинет. В програма „BULGARIA ON AIR” се наблюдава акцент върху темите за политическите и икономическите процеси в България и по света.



В предавания с коментари, мнения и анализи за икономика, бизнес, политика, социални теми участват политолози, социолози, журналисти, експерти. Представените мнения разкриват обществените позиции на участниците в предаванията, без да съдържат агитация.

Платени форми

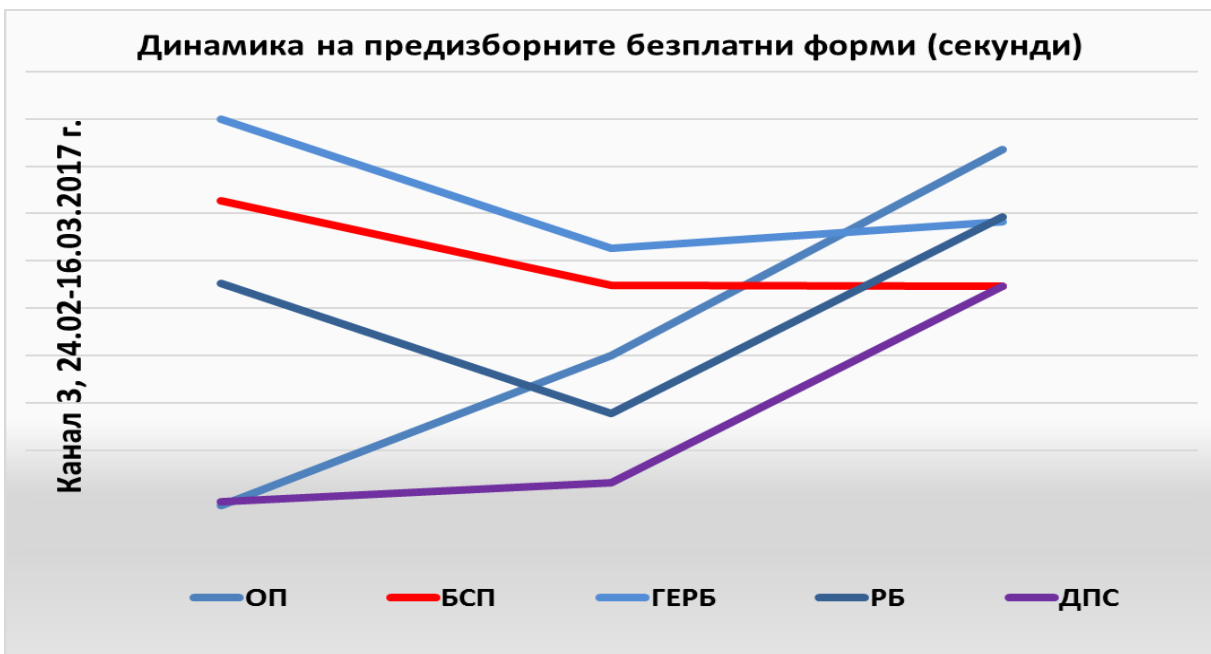
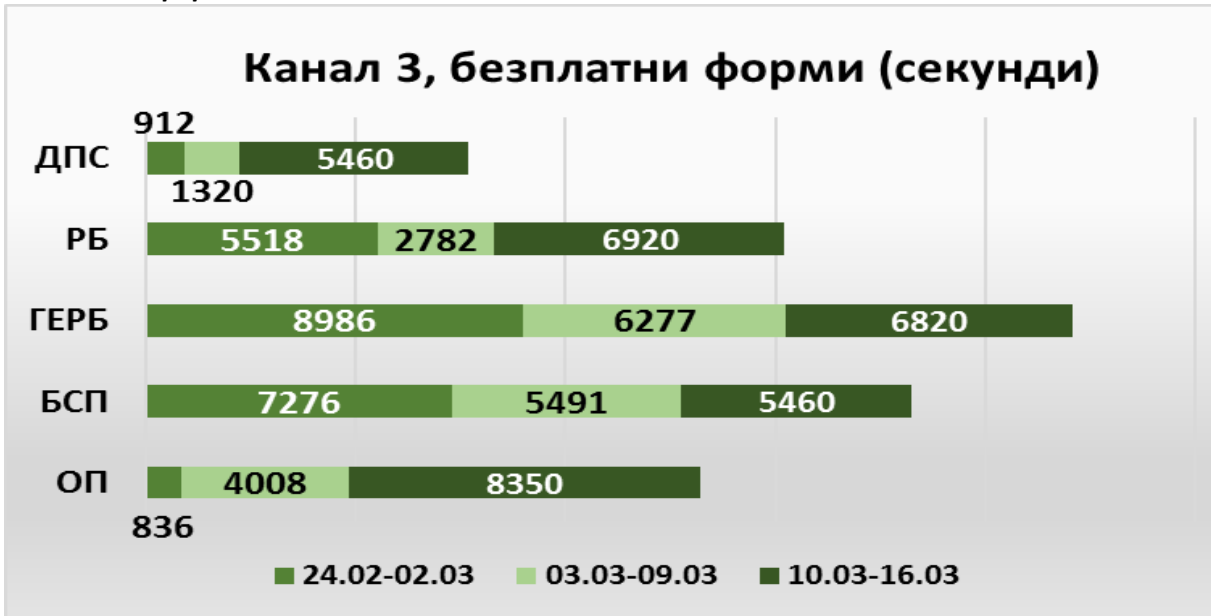
Наблюдава се увеличение на броя на платените форми, като освен платени репортажи, в наблюдавания период се излъчват и клипове.



КАНАЛ 3

През третата седмица предизборната кампания продължава да набира скорост по Канал 3. За периода от безплатните форми най-застъпени са дискусиите, като водещите се стремят да дават приблизително еднакво време на всички участващи. Втори по времетраене (след дискусиите) от безплатните форми са интервютата (4). Дебатите през седмицата до момента също са 4.

Безплатни форми



Основни теми в дискусиите са:

На първо място – икономика, на второ място - образование и култура, на трето място - национална сигурност и ЕС.

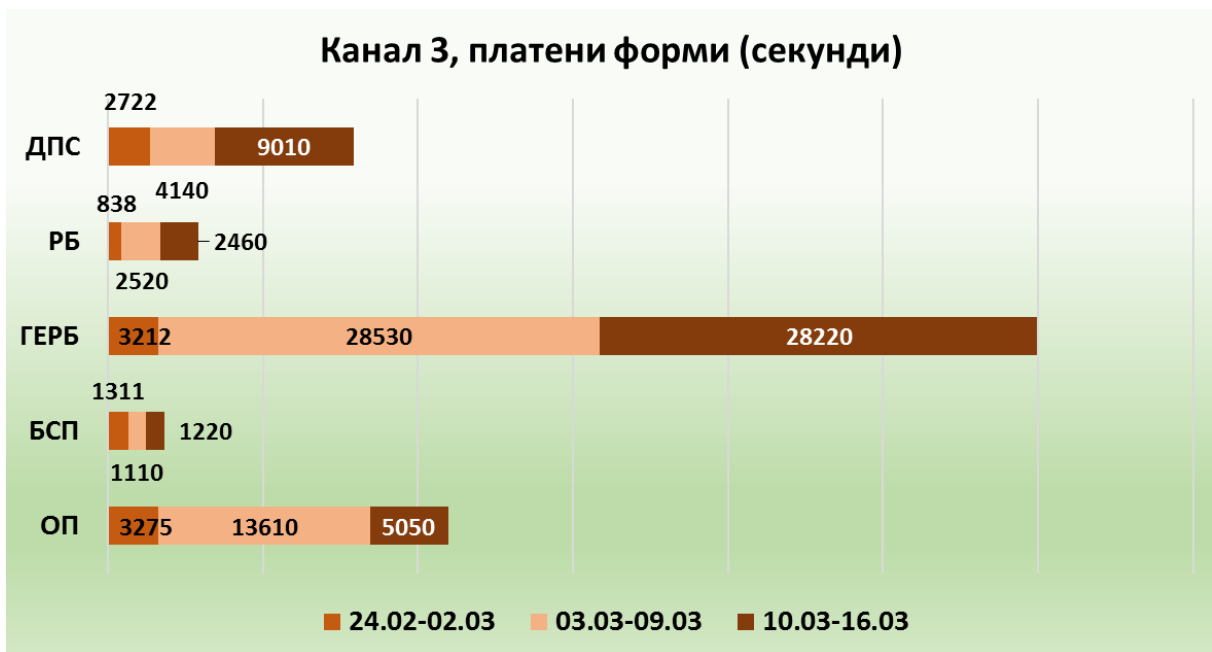


Времетраенето на платените агитационни форми – хроники и интервюта – продължава да е относително по-голямо, отколкото времето на безплатните форми.

За първи път през този период са излъчени предизборни клипове на партиите ГЕРБ, ОП и РБ. Продължават и участията на представители на различните политически сили в безплатните агитационни форми – диспути, дискуссионни предавания, интервюта.

От платените форми най-застъпени са репортажите от политически събития – откриване на кампании на различните партии в отделни градове, представяне на програми пред различни аудитории, кръгли маси.

През тази седмица са включени и първите платени клипове по Канал 3. Относителният им дял, обаче, остава малък.



Специално по Канал 3 приоритет се дава на политическите партии и коалиции с най-големи възможности за участие в бъдещия парламент: БСП, ГЕРБ, ОП, ДПС и РБ – ГН.

ТЕЛЕВИЗИЯ ЕВРОПА

Платените форми на агитация и през третия период продължават да доминират. За периода те са репортажи и клипове на КП РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – ГЛАС НАРОДЕН и ПП ГЕРБ.



Безплатни форми:

ЕС/НАТО е водещата тематична линия. В “други” се отличават темите земеделие, реформа в МВР, СЕТА.



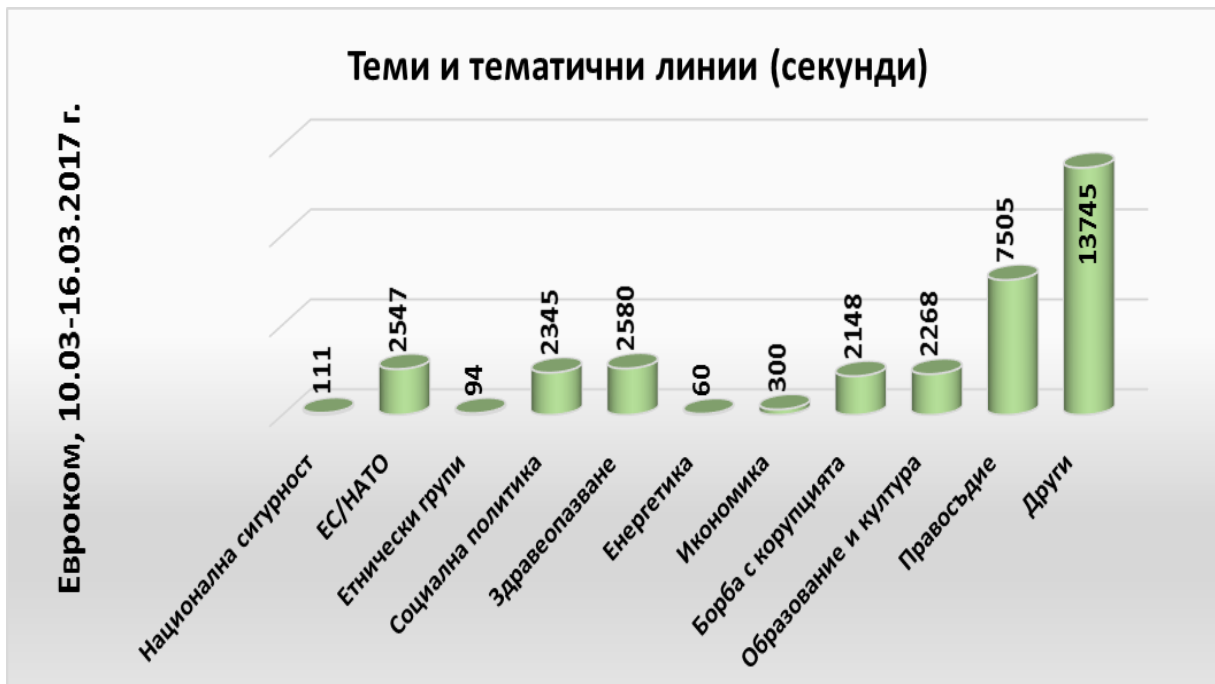
По традиция в медията има много участия на експерти и анализатори, които не осъществяват агитация.

ЕВРОКОМ

Наблюдението отчита, че доставчикът НКТ ЕВРОКОМ запазва тенденцията да предоставя възможност на малките партии да запознаят зрителите с предизборните си платформи. Няма констатирани агитационни форми за водещите политически партии. За периода е излъчен първият диспут от старта на предизборната кампания.



Коментират се темите - здравеопазване, корупция, социална политика, правосъдие, образование. На всеки един участник в диспута му беше дадена възможност да коментира всяка една от изброените теми.



Платени форми

Наблюдението отчита, че платените форми за периода доминират над безплатните за разлика от предишните периоди. В платените предизборни клипове до момента са също на по –малки партии.



За разлика от предишните два периода, наблюдението може да отчете, че в програмата на „Евроком“ все повече участие взимат политолози и социолози. Темата Избори 2017г. все повече започва да преобладава тематично и времево в актуално публицистичните предавания. Канят се все повече представители на политически партии и коалиции да дискутират различни предизборни теми. В предаванията се включват мненията и коментарите на зрителите по различни актуални теми за деня и седмицата. В програмата на „НКТ Евроком“ стартираха две нови предавания – „Презареди България“ с водещ Николай Барекков и „С други думи“ с водещ Миглена Георгиева. До момента няма предизборна агитация.

АЛФА ТВ, СКАТ и БЪЛГАРИЯ 24

Продължава тенденцията и при трите доставчика предизборното съдържание да е политически наситено по отношение на точно определен субект, участник в предизборната кампания - коалиция „ОБЕДИНЕНИ ПАТРИОТИ“.

АЛФА ТВ

През периода предизборната агитация, излъчена по програма Алфа ТВ, беше формирана като своеобразен отчет на досегашните парламентаристи от ОП и в частност на коалиционния партньор ПП Атака. Излъчени са множество предавания и репортажи от **архива на медиата**, с които се подчертава дейността на парламентарната група и нейния лидер В. Сидеров. Разпространените материали са с агитационен предизборен характер.

Запазва се разнообразието от агитационни форми. **Репортажите** от различни градове, отразяват срещи с избиратели и се излъчват в няколко поредни дни в различни часови пояси. **Интервютата**

с кандидати в предавания като “Добро утро, българи”, “На жълтите павета”, “В окоето на бурята”, “Неделник” отразяват програмата на коалиция “Обединени патриоти” по отделни области на икономическия, социалния, културния и политическия живот в България, ЕС и държави като Турция, САЩ и Русия

Темите “Социална политика”, “Икономика” и “Национална сигурност” се изравняват като времетраене с “Родолюбие”. Нарастнали са обемите на “Здравеопазване” и “Образование”. Темата за етническите групи почти не променя времетраенето и честотата.

За разлика от предишните седмици антиагитациите през този период не намират място в отделно предаване, посветено на отделен опонент. През третата седмица критиките към други партии или отделни кандидати са свързани с конкретни факти и послания – признанията на В. Марешки пред БТВ за неизбежни подкупи и новината за откриването на негова бензиностанция в София.

СКАТ

Медията излъчва поредица от повторения на репортажи и по едно повторение на публицистичните си предавания. Значително е увеличено времето за агитация.

Кандидат-депутатите за 44-то НС, които биват представяни в актуално-публицистичните предавания, са от НФСБ. В някои от репортажите (много малка част) са показани лидерите на другите две политически сили в коалицията.

Засегнатите теми са: социална политика; енергетика; икономика; образование; инфраструктура; правосъдие; земеделие; електронно правителство; битова престъпност; демографска криза; гласуване и право на глас и др.



В някои от материалите присъстват моменти на антиагитация, но по-скоро като сравнение.

Платените форми на предизборна агитация имат значителен превес на безплатните.



БЪЛГАРИЯ 24

Няма промяна в предпочитаната форма на агитация по програма “България 24” – репортажи, които отразяват проявите само на ПП “Обединени патриоти”- ВМРО, НФСБ, Атака. Те проследяват срещите на кандидатите за народни представители с техните избирателите, представят теми в областта на здравеопазването, образованието, икономиката, енергетиката, националната сигурност, както и сюжети, в които се проследяват платформите на основните партии ГЕРБ и БСП, сравнявани с политическата платформа и идеи на ПП “Обединени патриоти”, в полза на “патриотите”

Новините се представят с надписи по време на емисиите и така ги правят достъпни за хората със специални нужди. За разлика от предишния отчетен период агитационните материали са отделени с необходимите реквизити - “Извънредни парламентарни избори 2017”, посланието „Купуването и продаването на гласове е престъпление“ и обозначени с надпис “Платено съдържание”.

В програмата няма излъчени материали за предизборна агитация на други политически партии и коалиции.

Платени форми за периода са 215 броя репортажи за ПП “Обединени патриоти”-ВМРО, НФСБ, Атака с времетраене 36 678 сек.

ТВ+

В третата седмица от кампанията за парламентарните избори, ТВ+ продължава да се придържа към стандартната си програмна схема без специализирани предизборни или други формати, клипове, дискусии и дебати.

Трите най-застъпени теми като продължителност при доставчика са политици и партии, Русия и ЕС/НАТО.

ВІТ

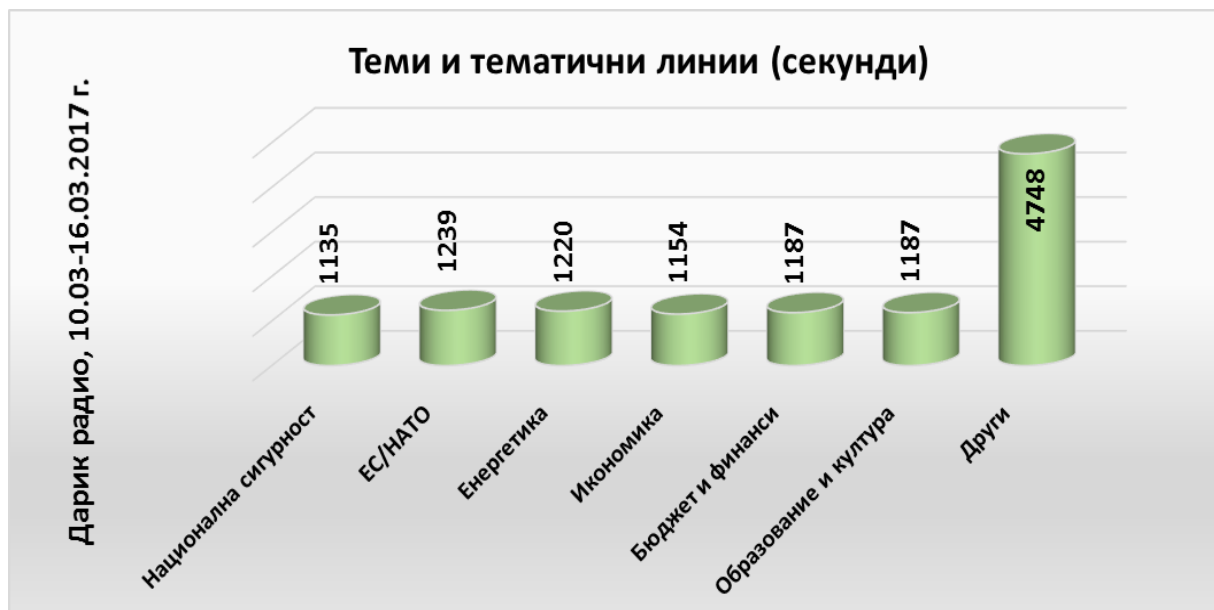
През третия период от кампанията, телевизия БІТ излъчва платени форми на три формации - ГЕРБ, Нова република и Коалиция „АБВ – Движение 21” – клипове и разширени репортажи.

Безплатни форми бяха излъчени с 6-има кандидати. Драматургично предаването „Crossfire – Кръстосан огън” е същият предизборен формат от президентските избори, когато трима журналисти интервюират един кандидат. Този път въпросите задават Илия Вълков, Силвия Великова и Николай Конакчиев, който е „новото” лице на мястото на Силвия Милчева.

Най-силно застъпените теми са политици и партии, следвана от национална сигурност, бюджет и финанси.

ДАРИК РАДИО

В ДАРИК РАДИО, за разлика от предходната седмица, когато не бе излъчено предаването „Седмицата”, водещият Кирил Вълчев провежда т.нар „задочен дебат” между представители на основните, според социолозите, политически партии и коалиции. С предварително записани интервюта, в които се задават еднакви въпроси на всички събеседници по темата „България и светът”, в „Седмицата” участие вземат Томислав Дончев – ГЕРБ, Крум Зарков – БСП за България, Ангел Джамбазки – Обединени патриоти; Янко Янков – ДПС, Стефан Августинов – ВОЛЯ, Николай Ненчев – Реформаторски блок – Глас народен; Светослав Малинов – Нова република и Стефан Тафров – Да, България. Разговорите протичат в добронамерен тон, с журналистически предизвикателства от водещия, които обаче не целят злепоставяне или затрудняване на събеседника, а по-скоро го поставят в ситуация да демонстрира пред слушателите бърза и адекватна реакция.



Прави впечатление почти равното време на темите.

В този период, освен за ГЕРБ, ДАРИК РАДИО започва да излъчва хроники за събития на БСП за България, както и безвъзмездни репортажи, включени на последно място в новините в 18:00 и 19:30 ч. или след тях – за ГЕРБ, БСП за България, ДПС, Нова република. Стартира разпространение на клипове на Нова република, Воля, Обединени патриоти и Реформаторски блок.

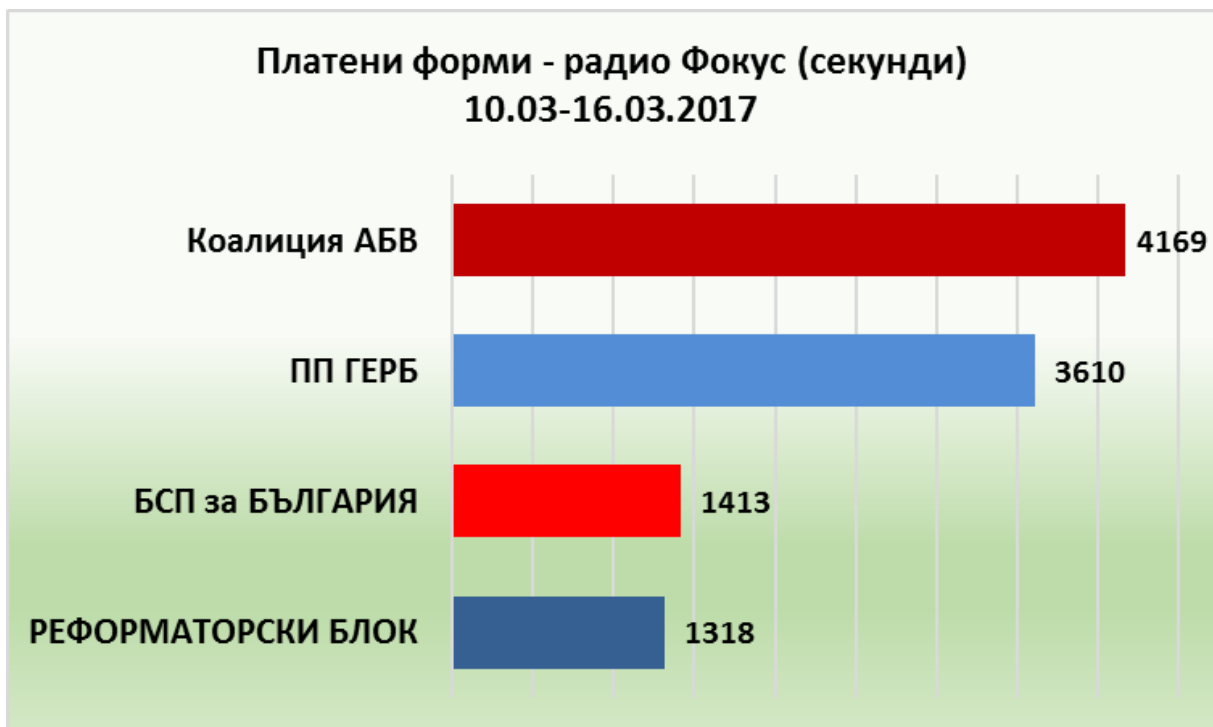
Доминират безплатните форми като времетраене.



РАДИО ФОКУС

Предизборните агитационни форми съдържат информация „Купуването и продаването на гласове е престъпление“. Тази информация е позиционирана в началото и в края на всеки отделен аудио и видео материал.

В наблюдавания период се забелязва засилване на платената агитацията..



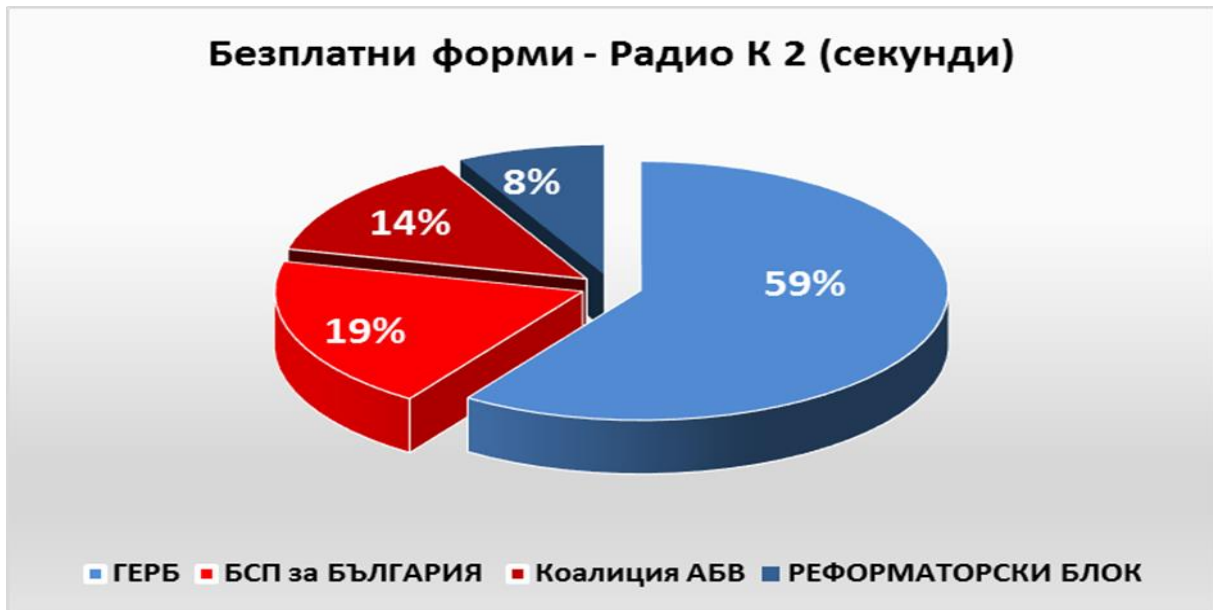
РАДИО К2

За наблюдавания период предизборната тематика в програмата е застъпена чрез информации в новини (предизборни хроники), интервюта, дебати и репортажи.

Както и до сега, всички изброени форми са разделени от другото програмно съдържание

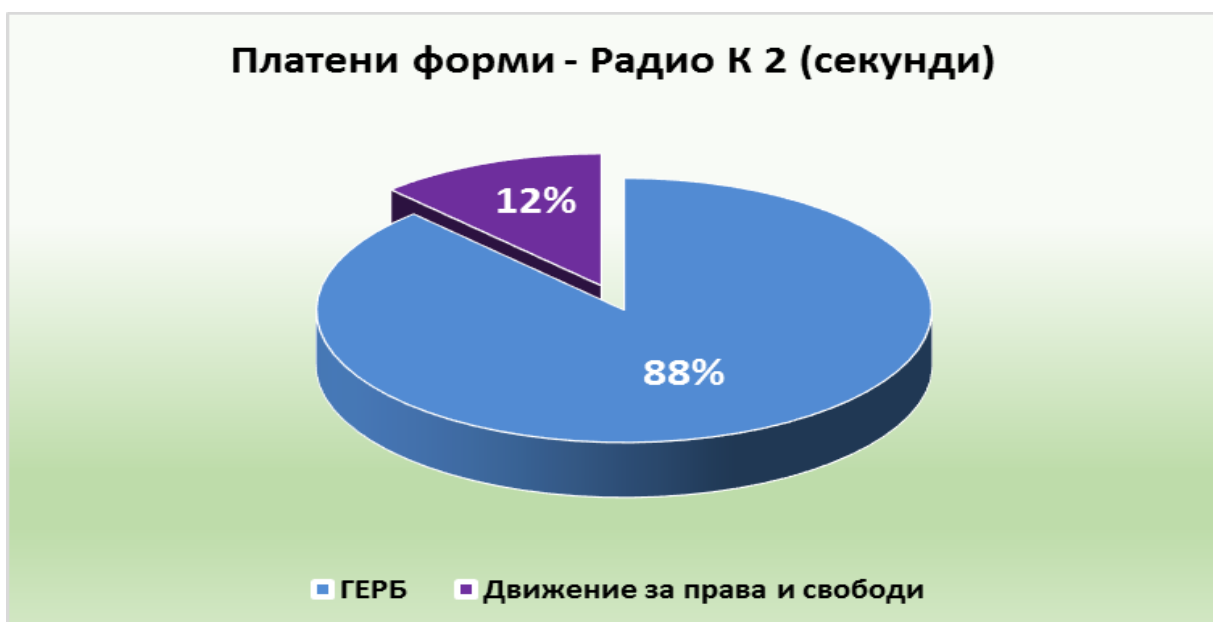
Безплатни форми

Безплатните форми имат превес в програмата на "Радио К2" чрез хроники, интервюта, репортажи и дискусии. За наблюдавания период са проведени три дебата.



платени форми

Много слабо са застъпени. Отново единствената платена форма за наблюдавания период са две интервюта, и двете са част от предаването "Беновска пита" (Канал 3 и К2).



В останалите наблюдавани медии се регистрира по-ниска предизборна наситеност в информацията. В някои медии тя напълно отсъства.

Констатации:

1. През третия период наблюдението отчита по-голяма динамика в отразяването на предизборната кампания, както в обществените, така и в търговските медии, в сравнение с отминалите два периода. Увеличава се платената политическа агитация - клипове и репортажи. Въпреки това наблюдението отчита, че в предизборното медийно съдържание преобладават безплатните политически участия. При някои медии (КАНАЛ 3, ЕВРОПА, ЕВРОКОМ) доминират платените форми.
2. Запазва се тенденцията политическите риторика да бъде ситуирана в дискуссионните форми, като най-атрактивна за аудиторията. Наблюдението отчита обаче, че състояните се диспути не се отличават съдържателно и аналитично, а са по-напрегнати с приближаването на изборния ден. Политическите послания се разпространяват и чрез индивидуални участия. При платените форми предпочитанията традиционно са за клип, репортаж и хроника
3. Тематичната отчетливост на предизборното медийно съдържание, което представлява новия елемент в методиката за наблюдение и анализ, е допълнена от разнообразие на темите.
4. Засилва се гражданското и експертното участие. Медиите предоставят трибуна на гласоподавателите, а както и на политолози и анализатори.