



**ДОКЛАД
ОТНОСНО МОНИТОРИНГ НА ПРЕДИЗБОРНАТА
КАМПАНИЯ НА ИЗБОРИТЕ ЗА ОБЩИНСКИ
СЪВЕТНИЦИ И ЗА КМЕТОВЕ НА 27.10.2019 Г.**



МОНИТОРИНГ НА ПРЕДИЗБОРНАТА КАМПАНИЯ НА ИЗБОРИТЕ ЗА ОБЩИНСКИ СЪВЕТНИЦИ И ЗА КМЕТОВЕ НА 27.10.2019 Г.

I. СПОРАЗУМЕНИЕ МЕЖДУ СЕМ И ЦИК. ПАРАМЕТРИ И МЕТОДИКА НА НАБЛЮДЕНИЕТО

На 17.09.2019 г. беше подписано Споразумение на основание чл. 57, ал. 1, т. 24 от Изборния кодекс (ИК) във връзка с чл. 32, ал. 1, т. 22 от Закона за радиото и телевизията между Съвета за електронни медии (СЕМ) и Централната избирателна комисия (ЦИК). Споразумението определя принципите и параметрите на специализирания мониторинг, който СЕМ осъществи върху дейността на доставчиците на медийни услуги по време на предизборната кампания за провеждане на избори за общински съветници и за кметове. Предизборният мониторинг ползва досегашния опит за провеждане на този тип наблюдение, като актуализира данните, предвид изготвянето на анализ за поведението на електронните медии по време на предизборната кампания.

Наблюдението обхваща 16 (шестнадесет) програми на обществени доставчици на медийни услуги: 12 (дванадесет) програми се създават и предоставят за разпространение от националните обществени доставчици на медийни услуги Българската национална телевизия (БНТ) и Българското национално радио (БНР), 1 (една) програма се създава от Политическа партия Атака, 1 (една) от Българска свободна медия ЕООД и 2 (две) програми на община В. Търново и община Бургас.

- | | |
|----------------------|---|
| 1. БНТ 1 | 9. РАДИО СОФИЯ |
| 2. БНТ 2 | 10. РАДИО СТАРА ЗАГОРА |
| 3. ХОРИЗОНТ | 11. РАДИО ШУМЕН |
| 4. РАДИО БЛАГОЕВГРАД | 12. БНР - РАДИО КЪРДЖАЛИ |
| 5. РАДИО БУРГАС | 13. ОБЩ. РАДИО В. ТЪРНОВО |
| 6. РАДИО ВАРНА | 14. ОБЩ. РАДИО ГЛАСЪТ НА БУРГАС |
| 7. РАДИО ВИДИН | 15. АЛФА ТВ |
| 8. РАДИО ПЛОВДИВ | 16. БЪЛГАРСКА СВОБОДНА ТЕЛЕВИЗИЯ – БСТВ |

Наблюдението обхваща и 21 (двадесет и една) програми на търговски доставчици на медийни услуги: 13 (тринадесет) телевизионни и 8 (осем) радиoproграми.

- | | |
|---|---|
| 1. Б ТВ | 14. ДАРИК РАДИО БЪЛГАРИЯ (РЕГИОНАЛНИ ПРОЗОРЦИ В БЛАГОЕВГРАД, ПЛОВДИВ, БУРГАС, В. ТЪРНОВО И ВИДИН) |
| 2. НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ | 15. РАДИО ФОКУС (РЕГИОНАЛНИ ПРОЗОРЦИ В ПЛОВДИВ, В. ТЪРНОВО, ВИДИН, ПАЗАРДЖИК И БЛАГОЕВГРАД) |
| 3. BULGARIA ON AIR | 16. БТВ РАДИО/ BTV RADIO |
| 4. СКАТ | 17. РАДИО ЕВРОПА - НОВИНИТЕ СЕГА |
| 5. КАНАЛ 3 | 18. NOVA NEWS |
| 6. ТЕЛЕВИЗИЯ ЕВРОПА | 19. РАДИО БЪЛГАРИЯ ОН ЕР/ BULGARIA ON AIR |
| 7. ТВВ (ВИДИН) | 20. РАДИО К2 |
| 8. ДАРТС ТВ (БЛАГОЕВГРАД) | 21. РАДИО ГАМА (ВИДИН) |
| 9. БЪЛГАРИЯ 24 | |
| 10. ЕВРОКОМ | |
| 11. ЕВРОКОМ ЦАРЕВЕЦ (В. ТЪРНОВО) | |
| 12. КИС 13 (РУСЕ, В. ТЪРНОВО) | |
| 13. ПЛОВДИВСКА ТЕЛЕВИЗИЯ ТРАКИЯ (ПЛОВДИВ) | |

Времевият дневен период на наблюдение е съобразен с програмните схеми на медиите, но и с препоръките на ОССЕ. СЕМ приложи наблюдението в часовите пояси от 06.30 до 09.30 ч. и от 16.00 до 22.30 ч. за телевизионните програми и от 07.00 до 11.00 ч. и от 17.00 до 19.00 за радиопрограмите. За програмите на БНТ и БНР се следи изпълнението на Споразуменията, сключени на основание чл. 189, ал. 4 от ИК.

Изборът на програмите, включени в наблюдението, е на база степента на влиянието им върху общественото мнение. Взети са предвид териториалното разпространение и профилът на програмите. Отчетен е фактът, че при изборите за общински съветници и за кметове е логично предизборните послания да бъдат ситуирани в местни, регионални и национални програми с общ (политематичен) и информационен профил.

Наблюдението има за цел да установи съответствието на предизборното поведение на доставчиците на медийно съдържание с медийното и с изборното законодателство при провеждането на кампанията. То обхваща и спазването на основни професионални стандарти и принципи, изискванията за обективност, равнопоставеност и баланс в програмите при представянето на политическите претенденти и при отчитане на многообразието на мненията. Мониторингът отчита участието на мъже и жени в листите, както и участието на мъже и жени в предизборното съдържание на наблюдаваните програми. Наблюдението регистрира количествени и качествени показатели в програмите на ДМУ и спазването на разпоредби на ИК във връзка с предизборната агитация.

Параметрите на мониторинга са в съответствие с нормите от ЗРТ и от ИК, както и с препоръките на ОССЕ. Те са еднотипни за програмите на обществените и на търговските доставчици на медийни услуги. За Българското национално радио (БНР) и Българската национална телевизия (БНТ) са предвидени и допълнителни параметри, свързани с отчитане на специфичните им задължения.

Наблюдението отчита платените и безплатните форми на агитация; присъствието на кандидати/представители на предизборните щабове/партийни лидери в програмата на ДМУ; присъствието на експерти (социолози, политолози, антрополози, журналисти, специалисти по връзки с обществеността); името на предаването; темите, които се дискутират.

Мониторингът регистрира журналистическите форми, както и продължителността на присъствие на участниците, в съответното предаване. В програмите на БНР и БНТ се регистрират встъпителните и заключителните обръщения на участниците в предизборната кампания за общински съветници и за кметове 2019 г.

Наблюдението отчита и възможностите, предоставени от медиите, от една страна, и от участниците в изборите, от друга страна, за възприемане на предизборните агитационни послания от хора в неравностойно положение - използването на субтитри, жестомимичен превод, аудиоописание и др.

Проверката по чл. 198, ал. 5 на ИК обхваща 123 доставчици на медийни услуги (ДМУ), създаващи 178 телевизионни и радиопрограми.

II. СЕЗИРАНЕ НА ЦИК ПО КОМПЕТЕНТНОСТ ЗА ПРЕЦЕНКА ОТНОСНО НАЛИЧИЕ НА НАРУШЕНИЯ НА ИЗБОРНИЯ КОДЕКС В ПРОГРАМИТЕ НА ДОСТАВЧИЦИТЕ НА МЕДИЙНИ УСЛУГИ

СЕМ изпрати 14 сигнала до ЦИК по компетентност за преценка относно наличие на нарушения на изборното законодателство. По пет от тях ЦИК и Общинските избирателни комисии (ОИК) установяват наличие на нарушение; по пет - ЦИК и ОИК не са се произнесли с Решение; по четири от тях са постановени Решения за отхвърляне на сигналите на СЕМ.

➤ Сигнал с изх. № 31-00-58/02.10.2019 г. относно предаването „Референдум“ на БНТ, излъчено на 01.10.2019 г. за нарушение на чл. 183, ал. 4 от ИК. С решение № 1280-МИ от 02.10.2019 г. ЦИК установява нарушение на изискванията на чл. 183, ал. 4 от ИК, изразяващо се в нарушаване на добрите нрави и честта и доброто име на кандидатите от Волен Николов Сидеров, като председател и представляващ националния предизборен щаб на партия „Атака“ и кандидат за кмет на Столична община, извършено в предаването „Референдум“, излъчено от 21.00 часа до 22.00 часа в програма БНТ1 на доставчика на медийни услуги Българската национална телевизия.

➤ Сигнал с изх. № 31-00-57/02.10.2019 г. относно предаването „Сутрешен блок“ в програма Радио Бургас на БНР, излъчено на 27.09.2019 г. за нарушение на чл. 180 от ИК. С решение №

146 от 08.10.2019 г. ОИК-Бургас оставя без уважение постъпилия сигнал на СЕМ за твърдяно нарушение на ИК от страна на радио Бургас за излъчен запис на предизборна хроника на 27.09.2019 г.

➤ Сигнал с изх. № 31-00-59/03.10.2019 г. относно предаването „Държавата днес“ в програма Алфа ТВ на ПП Атака , излъчено на 27.09.2019 г. за нарушение на чл. 183, ал. 2 от ИК. ЦИК не се е произнесла с решение.

➤ Сигнал с изх. № 31-00-60/03.10.2019 г. относно предаването „Здравей България“ в програма Нова телевизия на Нова Броудкастинг Груп ЕООД, излъчено на 01.10.2019 г. за нарушение на чл. 183, ал. 2 от ИК. ЦИК не се е произнесла с решение.

➤ Сигнал с изх. № 31-00-63/04.10.2019 г. относно запис на част от програма Алфа ТВ на ПП Атака , излъчено на 02.10.2019 г. ЦИК не се е произнесла с решение.

➤ Сигнал с изх. № 31-00-66/09.10.2019 г. относно предизборен дебат в предаването „Тази сутрин“ на програма БТВ на ДМУ БТВ медия груп ЕАД, излъчен на 04.10.2019 г. за нарушение на чл. 183, ал. 2 от ИК. ЦИК не се е произнесла с решение.

➤ Сигнал с изх. № 31-00-67/09.10.2019 г. относно програма BULGARIA ON AIR на Инвестор.бг АД, излъчено на 05.10.2019 г. за нарушение на чл. 205, ал. 1 от ИК. С решение № 1373-МИ от 11.10.2019 г. ЦИК установява нарушение на доставчика на медийни услуги „Инвестор.бг“ АД, изразяващо се в това, че на 05.10.2019 г. в Новините On Air на телевизия „BULGARIA ON AIR“ във времевия диапазон от 18.37 часа до 18.39 часа е представено социологическо проучване на „МАРКЕТ ЛИНКС“ по повод изборите, без да се споменават възложителят и източниците на финансиране в нарушение изискването на чл. 205, ал. 1 и 2 от ИК.

➤ Сигнал с изх. № 31-00-73/17.10.2019 г. относно представено социологически проучване на „НЕОХРОН“ в новините на програма СКАТ на ДМУ СКАТ ООД, излъчено на 09.10.2019 г. за нарушение на чл. 205, ал. 1 от ИК. С решение № 1439-МИ от 18.10.2019 г. ЦИК установява нарушение на доставчика на медийни услуги „СКАТ“ ООД, изразяващо се в това, че на 09.10.2019 г. в новините на телевизия СКАТ от 19:37:45 ч. е представено социологическо проучване на „НЕОХРОН“ по повод изборите, без да се споменават възложителят и източниците на финансиране в нарушение изискването на чл. 205, ал. 1 и 2 от ИК.

➤ Сигнал с изх. № 31-00-72/17.10.2019 г. относно излъчена предизборна хроника на СДС – Бургас в предаването „Дарик югоизток“ на програма ДАРИК РАДИО БЪЛГАРИЯ на ДМУ Дарик Радио АД, излъчено на 03.10.2019 г. за нарушение на чл. 180, ал. 1 от ИК. С Решение № 173 от 18.10.2019 г. ОИК-Бургас оставя без уважение постъпилия сигнал от СЕМ.

➤ Сигнал с изх. № 31-00-71/17.10.2019 г. относно излъчена предизборна хроника на ПП ГЕРБ – Бургас в предаването „Дарик югоизток“ на програма ДАРИК РАДИО БЪЛГАРИЯ на ДМУ Дарик Радио АД, излъчено на 04.10.2019 г. за нарушение на чл. 180, ал. 1 от ИК. ОИК-Бургас не се е произнесла с решение.

➤ Сигнал с изх. № 31-00-75/18.10.2019 г. относно излъчен рекламен клип на кандидат за кмет на град Видин (издигнат от ПП Атака и ЗС „Ал. Стамболийски“) в предаването „Бодра смяна“ на програма радио Гама гр. Видин на ДМУ Бойкос ЕООД, излъчено на 07.10.2019 г. за нарушение на чл. 180, ал. 1 от ИК. С решение № 1507-МИ от 23.10.2019 г. ЦИК отменя решение на ОИК - Видин № 109-МИ от 20.10.2019 г. и връща сигнала на СЕМ на ОИК-Видин за произнасяне с решение. С решение № 137-МИ от 24.10.2019 г. ОИК-Видин постановява решение за отхвърляне на сигнала на СЕМ по смисъла на чл. 85, ал. 4, изр. второ от ИК.

➤ Сигнал с изх. № 31-00-77/24.10.2019 г. относно предаването „Здравей България“, излъчено в програма Нова телевизия на Нова Броудкастинг Груп ЕООД , излъчено на 22.10.2019 г. за нарушение на чл. 205, ал. 1 от ИК. С решение № 1531-МИ от 25.10.2019 г. ЦИК постановява решение за отхвърляне по смисъла на чл. 53, ал. 4, изр. второ от ИК.

➤ Сигнал с изх. № 31-00-82/28.10.2019 г. относно интервю с кандидат за кмет на община Русе (СДС, ДБГ, ССД, БНД и Движение 21) излъчено на 25.10.2019 г. в програма ДАРИК РАДИО БЪЛГАРИЯ за градовете Русе Велико Търново и Габрово на ДМУ Дарик Радио АД, за нарушение на чл. 205, ал. 1 от ИК. С Решение № 1605-МИ от 31.10.2019 г. ЦИК постановява решение за отхвърляне по смисъла на чл. 53, ал. 4, изр. второ от ИК на сигнал от СЕМ за нарушение на чл. 205, ал. 1 и 2 от ИК,

извършено от доставчика на медийни услуги „Дарик радио“ АД.

➤ Сигнал с изх. № 31-00-88/06.11.2019 г. относно платена форма на предизборна агитация в програма Радио Бургас на БНР, излъчена на 30.10.2019 г. за нарушение на чл. 180 от ИК. С Решение № 1662-МИ от 07.11.2019 г. ЦИК постановява решение за отхвърляне по смисъла на чл. 53, ал.4, изр. второ от ИК.

Наблюдението регистрира нарушения на следните текстове от ИК в програмите на доставчиците на медийни услуги:

➤ Чл. 180. (1) *Доставчиците на медийни услуги са длъжни да обявяват на интернет страниците си информация за договорите, в т.ч. безвъзмездните договори, сключени с партиите, коалициите и инициативните комитети, регистрирали кандидати, и/или с друг възложител във връзка с предизборната кампания, включително ако договорът е сключен с посредник.*

(2) *Информацията за възмездните и безвъзмездните договори по ал.1, обявявана от електронните медии, съдържа данни за: 1. партията, коалицията или инициативния комитет; 2. Предмета на договора; 3. Срока на договора; 4. програмата, по която ще се излъчват договорените форми; 5. общата стойност в лева без ДДС за възмездните договори.*

.....

(4) *Информацията по ал.2 и 3 се публикува на интернет страниците на доставчиците на медийни услуги в тридневен срок от подписването на съответния договор и се премахва не по-рано от обявяване на резултатите от изборите.*

➤ Чл. 183. (2) *Всеки агитационен материал съдържа информация, че купуването и продаването на гласове е престъпление, като информацията заема не по-малко от 10 на сто от лицевата площ на агитационния материал и е разположена в обособено поле. В аудио-и аудио-визуалните материали тази информация се съдържа като недвусмислено и разбираемо послание.*

➤ Чл. 183. (4) *Забранява се използването на агитационни материали, които застрашават живота и здравето на гражданите, частната, общинската и държавната собственост и безопасността на движението, както и на материали, които накърняват добрите нрави, честта и доброто име на кандидатите. В агитационните материали се забранява използването на герба или знамето на Република България или на чужда държава, както и религиозни знаци или изображения.*

➤ Чл. 205. (1) *От деня на обнародването в "Държавен вестник" на указа на президента, съответно на решението на Народното събрание за насрочване на съответния вид избор, до изборния ден включително всяко огласяване на резултати от допитвания до общественото мнение или на социологически проучвания по повод на изборите, извършено чрез медийна услуга или по друг начин, трябва да съдържа и информация за възложителя на допитването или проучването, за организацията, извършила допитването или проучването, и за източниците на финансирането му.*

III. ПРЕДИЗБОРНО СЪДЪРЖАНИЕ В НАЦИОНАЛНИТЕ ЕФИРНИ ТЕЛЕВИЗИИ – БНТ 1, Б ТВ, НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ, BULGARIA ON AIR

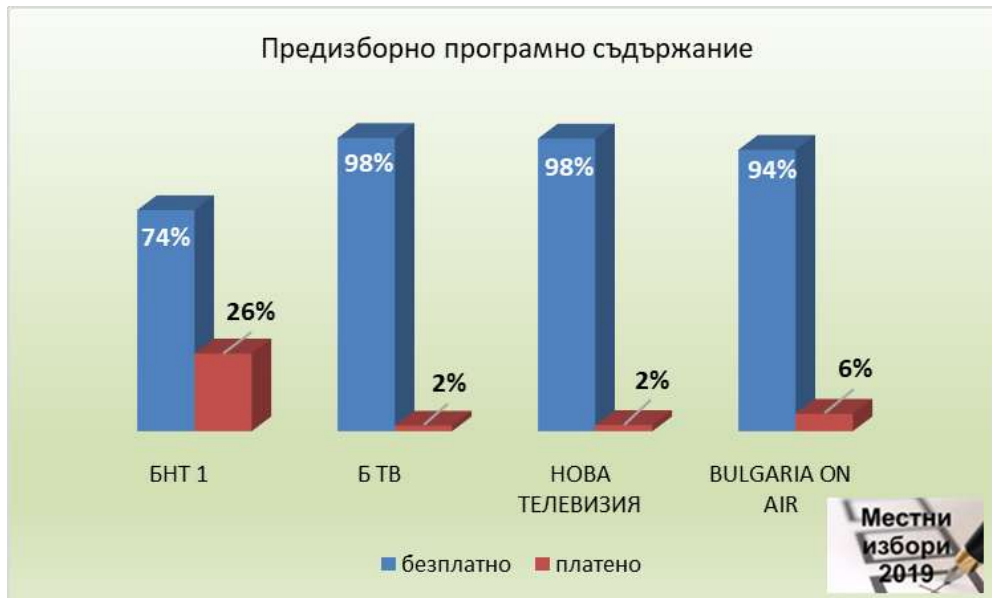
Наблюдението регистрира времетраенето на участието на политическите субекти в платено агитационно предизборно съдържание в четирите национални ефирни телевизии - БНТ 1, Б ТВ, НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ, BULGARIA ON AIR.



Отчетеното платено агитационно съдържание (времметраене в секунди) в четирите ефирни национални телевизии показва използването на три основни форми – интервюта, репортажи/хроника и рекламни клипове.



Наблюдението регистрира безплатното и платеното предизборно програмно съдържание, като резултатите показват използването на предимно безплатно съдържание в трите национални ефирни търговски телевизии – Б ТВ, НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ и BULGARIA ON AIR. В програмата БНТ 1 на обществения доставчик Българската национална телевизия е регистриран значително по-висок процент платено агитационно съдържание в сравнение с търговските ДМУ. Посоченото съотношение в графиките отчита времетраенето в секунди.



Във връзка с мониторинговите доклади на Организацията за сигурност и сътрудничество в Европа (ОССЕ), където се поставя въпроса за присъствието на жените в предизборното съдържание в програмите на ДМУ, в наблюдението на местните избори 2019 е включено регистрирането по пол. Участието на жените в програмите на ДМУ-тата отразява регистрираните за участие в изборите жени. По информация на ЦИК регистрираните за участие кандидати в изборите за общински съветници и за кметове на 27.10.2019 г. са 25 118 мъже и 11 115 жени. Избраните кандидати в изборите разпределени по пол са: мъже – 5 539, жени - 1 871.



Наблюдението на предизборното съдържание на програмите на ДМУ регистрира присъствието на жени и мъже, в качеството им на участници в изборите, политици и експерти. Данните показват присъствие на жени и мъже съотносимо към броя им в изборните листи.



IV. ПРЕДИЗБОРНО СЪДЪРЖАНИЕ В НАЦИОНАЛНИТЕ РАДИО ПРОГРАМИ – ХОРИЗОНТ, ДАРИК РАДИО И РАДИО ФОКУС

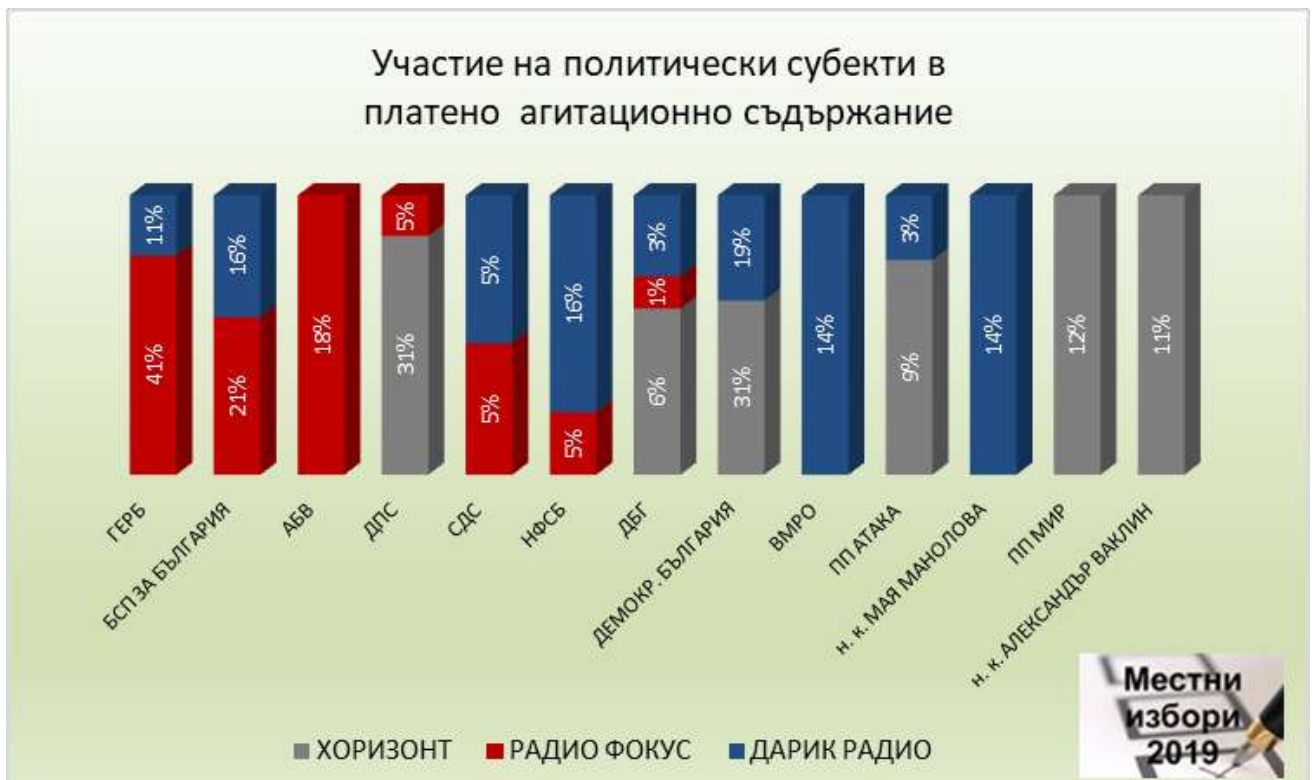
Наблюдението регистрира безплатното и платеното предизборно програмно съдържание, като резултатите показват използването на предимно безплатно съдържание в трите национални радио програми. В програмата РАДИО ФОКУС на търговския доставчик Фокус - Нунти ООД е регистриран значително по-висок процент платено агитационно съдържание в сравнение с другите две радио програми. Посоченото съотношение в графиките отчита съотношение в проценти и времетраенето в секунди.



Резултатите от мониторинга показват значително по-малко като обем предизборно програмно съдържание в програмата ХОРИЗОНТ обществения доставчик на медийни услуги БНР, което може да бъде обяснено в две посоки. От една страна, значително по-слаб интерес от участниците в предизборната кампания към програмата ХОРИЗОНТ, като ефективен комуникационен канал в предизборната кампания, а от друга страна, значително по-малко редакционно съдържание във връзка с участниците и провеждането на местните избори 2019.



Наблюдението регистрира времетраенето на участието на политическите субекти в платено агитационно предизборно съдържание в трите национални радио програми – ХОРИЗОНТ, ДАРИК РАДИО и РАДИО ФОКУС.



V. ОБЩЕСТВЕНИ ДОСТАВЧИЦИ НА МЕДИЙНИ УСЛУГИ



1. БЪЛГАРСКОТО НАЦИОНАЛНО РАДИО – ХОРИЗОНТ, РАДИО СОФИЯ, РАДИО БЛАГОЕВГРАД, РАДИО БУРГАС, РАДИО ВАРНА, РАДИО ВИДИН, БНР - РАДИО КЪРДЖАЛИ, РАДИО ПЛОВДИВ, РАДИО СТАРА ЗАГОРА, РАДИО ШУМЕН.

ХОРИЗОНТ

В периода на предизборна кампания се формира общественото и личното мнение на гражданите относно развитието на демократичния процес в упражняването на местната власт. Важна роля за нагласата на избирателите има начинът на отразяване в електронните медии на предизборната кампания на партиите, коалициите, независимите кандидати.

На основание чл. 189, ал. 4 от Изборния кодекс на 24.09.2019 г. се подписа **Споразумение за реда и условията за отразяване в програмите на Българското национално радио на предизборната кампания за изборите за общински съветници и кметове на 27 октомври 2019 г. между Българското национално радио и представители на партиите, коалициите и инициативните комитети, регистрирали кандидати за участие в изборите за общински съветници и кметове на 27.10.2019 г. (Споразумението).**

Съгласно Споразумението, отразяването на предизборната кампания от БНР се осъществява в съответствие с изискванията на Изборния кодекс, Решенията на ЦИК, както и на всички нормативни актове, относими към произвеждането на изборите. Формите на предизборната кампания в програмите на БНР и цените, по които се заплаща всяка предизборна форма, са определени с Постановление № 217 от 05.09.2019 г. на Министерски съвет на Република България.

В сайта на БНР са обявени договорите във връзка с предизборна кампания за избори за общински съветници и кметове в България на 27 октомври 2019 г. по смисъла на чл. 180 от Изборния кодекс, отнасящи се до програма Хоризонт: ПП ДПС, КП ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ, ПП АТАКА, ПП МИР, ИК за Александър Ваclin, ПП „ДВИЖЕНИЕ БЪЛГАРИЯ НА ГРАЖДАНИТЕ“ (ДБГ).

Общата сума по договорите за предизборна агитация е в размер на 17 860 лв. (без ДДС).

Редът, условията и формите за отразяване на предизборната кампания в програма ХОРИЗОНТ са определени в Споразумението. Платени агитационни материали има в издания на предаванията „Преди всички“ и „Нещо повече“.

В програма ХОРИЗОНТ е регистрирано наличие на заставка „Местни избори 2019“ и джингли при отделяне на безплатни и платени агитационни форми.

Платени агитационни форми - хроника, интервю, диспут, клип (времетраене в секунди)

Хроника

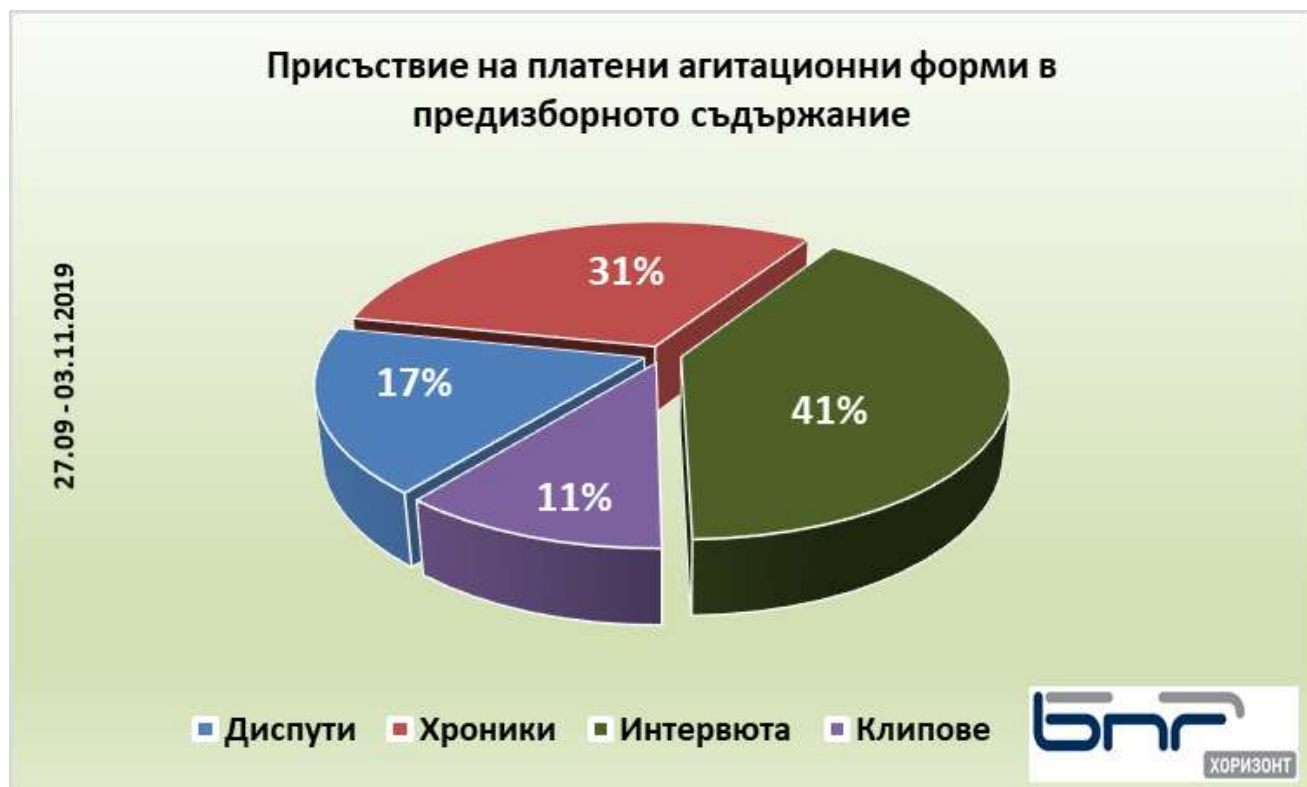
Наблюдението констатира, че в програма ХОРИЗОНТ са излъчени 19 хроники на една политическа формация - Движение за права и свободи (ДПС).

Хрониките са отделени чрез звукови средства и е указано по подходящ начин, че материалите са платени форми. Съдържа се информация, че купуването и продаването на гласове са престъпление, като тази информация се съдържа като недвусмислено и разбираемо гласово послание.

Интервюта

В програма ХОРИЗОНТ са излъчени две интервюта за кампанията на „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение). Интервютата са отделени чрез звукови средства и е указано по подходящ начин, че материалите са платени форми.

Посоченото съотношение в графиките отчита времетраенето на платените агитационни форми в предизборното съдържание на програмата.



Диспути

Наблюдението отчита, че са излъчени два платени диспута с участници от „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение), ДВИЖЕНИЕ БЪЛГАРИЯ НА ГРАЖДАНИТЕ (ДБГ), Политическа партия МИР, независим кандидат Александър Ваclin.

- На 06.10.2019 г. в предаването „Неделя 150“ е излъчен диспут на тема: „Социална политика, образование, култура, жизнена среда. Грижа за младите.“ Участници са представители на „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение) и ДВИЖЕНИЕ БЪЛГАРИЯ НА ГРАЖДАНИТЕ (ДБГ).
- На 20.10.2019 г. в предаването „Неделя 150“ е излъчен диспут на тема: „Общински бюджет. Прозрачно управление. Електронната община“. Участници са представител на Политическа партия МИР и независим кандидат Александър Ваclin.

Агитационни рекламни клипове

В програма ХОРИЗОНТ са излъчени клипове за кампаниите на „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение) и на ПП АТАКА. Клиповете са отделени чрез звукови средства. Съдържа се информация, че купуването и продаването на гласове са престъпление, като тази информация се съдържа като недвусмислено и разбираемо гласово и визуално послание. Съдържа се информация за платена форма.

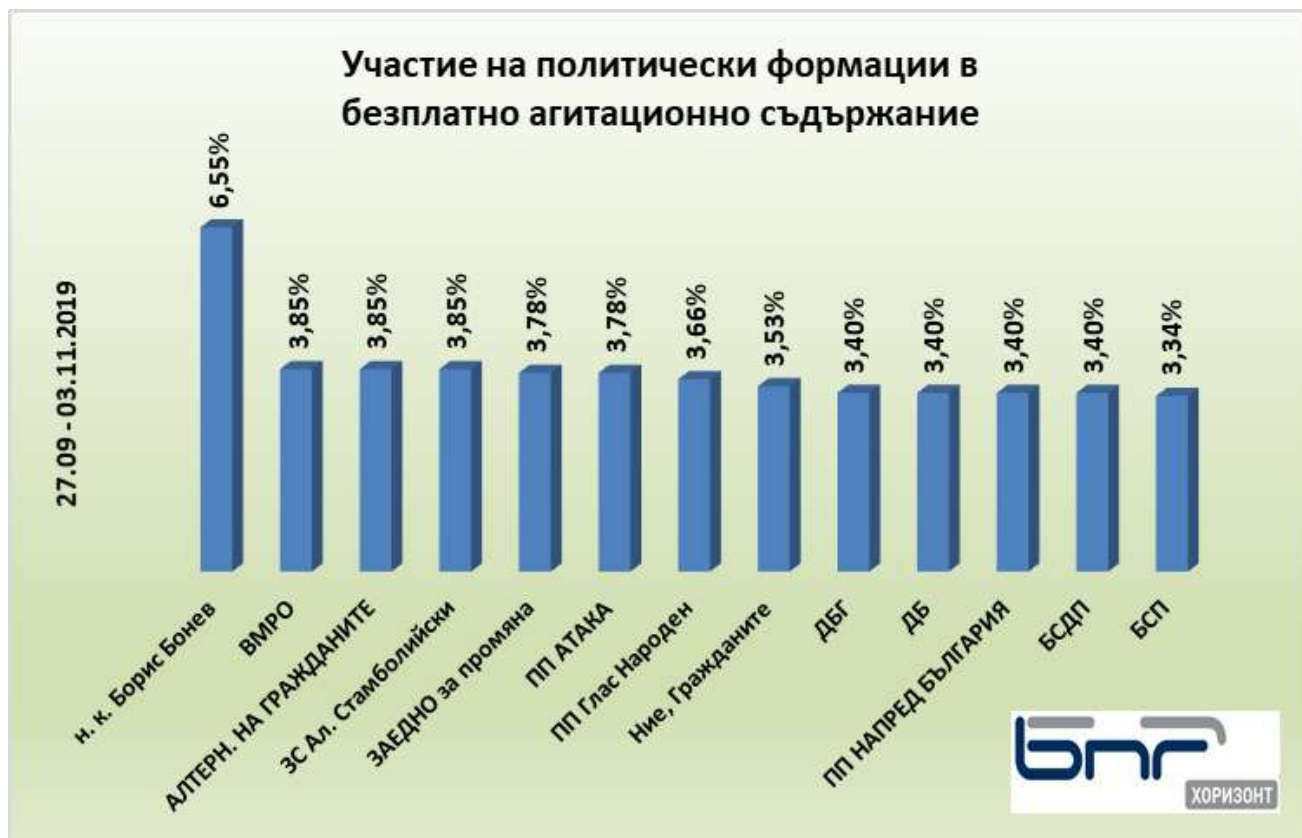


Безплатни агитационни форми - встъпителни и заключителни клипове, диспути

Съгласно Споразумението предизборната кампания в програма ХОРИЗОНТ се открива и закрива с безплатни встъпителни и заключителни клипове на партиите, коалициите и инициативните комитети.

Встъпителните клипове са излъчени на 27.09.2019 г. с поредност, съгласно изтегляния в ЦИК жребий. Всеки клип е с продължителност до 40 секунди. От предоставеното безплатно време за встъпителни клипове са се възползвали 18 политически субекта.

Заключителните клипове са излъчени на 25.10.2019 г. с поредност, съгласно изтегляния в ЦИК жребий. Всеки клип е с продължителност до 40 секунди. От предоставеното безплатно време за заключителни клипове са се възползвали 16 политически субекта.



Диспути

В програма ХОРИЗОНТ са излъчени четири безплатни диспути (на 08.10.2019 г.; на 10.10.2019 г.; на 15.10.2019 г.; на 22.10.2019 г.). Тема на диспутите: „Общините. Визия - 2023”.

Диспутите преминават в спокоен тон, като се дава право на участниците да изложат свободно вижданията си по темата. Спазено е изискването за равнопоставеност между участниците в диспутите.

Диспут

8 октомври 2019/Политически субекти

ПП ПОДЕМ

партия на ЗЕЛЕНИТЕ

СОЦИАЛДЕМОКРАТИЧЕСКА ПАРТИЯ (СДП)

независим кандидат Гергин Борисов

СРЕДНА ЕВРОПЕЙСКА КЛАСА

Християндемократическа партия на България

Политическа партия МИР

независим кандидат - представител Никола Вапцаров, председател на Инициативен комитет на Мая Манолова

Диспут

10 октомври/Политически субекти

БЪЛГАРСКА СОЦИАЛДЕМОКРАТИЧЕСКА ПАРТИЯ

ПП ДВИЖЕНИЕ „НАПРЕД БЪЛГАРИЯ“

Радикалдемократическа партия в България

ДВИЖЕНИЕ БЪЛГАРИЯ НА ГРАЖДАНИТЕ (ДБГ)

**„ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“
(ДА България, ДСБ, Зелено движение)**

независим кандидат Борис Бонев

независим кандидат Радослав Каратанчев

Диспут

15 октомври/Политически субекти

коалиция Ние, Гражданите

Движение ЗАЕДНО за промяна

ВЪЗРАЖДАНЕ

ЗЕМЕДЕЛСКИ НАРОДЕН СЪЮЗ

ПП АТАКА

ПРЯКА ДЕМОКРАЦИЯ

независим кандидат Николай Петров Гюров, издигнат от Инициативен комитет

Диспут

22 октомври/Политически субекти

ПП Глас Народен

Национална Републиканска партия

Политическа партия АБВ (Алтернатива за българско възраждане)

БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ОБЕДИНЕНИЕ

независим кандидат Борис Бонев

БСП ЗА БЪЛГАРИЯ

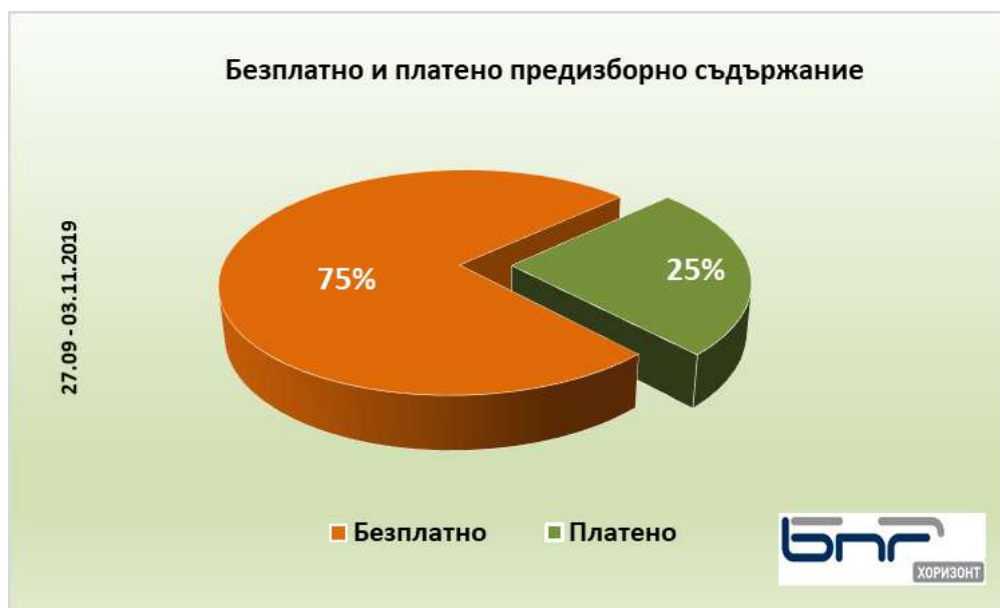
коалиция АЛТЕРНАТИВАТА НА ГРАЖДАНИТЕ

Земеделски съюз „Ал. Стамболийски“

ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ

Представителите на политическите партии, коалиции и инициативни комитети при участието си в диспутите изразяват позиция по различни теми: инфраструктура в населените места, транспорт, образование, здравеопазване, ново териториално райониране, децентрализация на общинския бюджет, промяна на принципа за начисляване на местните данъци, почистване на улиците, чистота на въздуха, борбата с праховите частици, изграждане и развитие на зелените площи, по-зелена градска среда, нови велоалеи, облагородяване на междублоковите пространства, нови спортни съоръжения, нови детски площадки и детски градини, нови училища, допитване до гражданите и прозрачност на управлението и др.

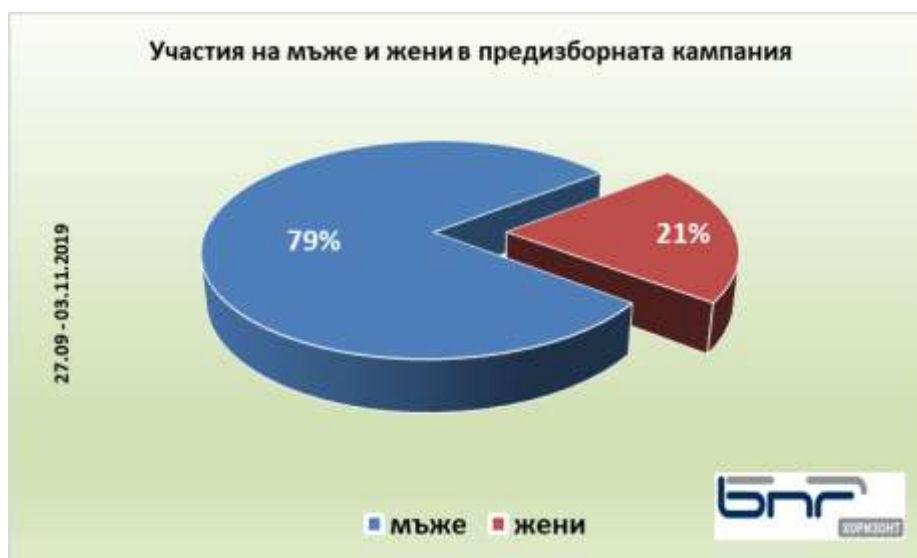
Посоченото съотношение в графиките отчита времетраенето на платеното и безплатното предизборно съдържание в програмата.



В програма ХОРИЗОНТ са излъчени клипове от Разяснителна кампания на ЦИК след Сутрешен осведомителен бюлетин в 07:00 часа, след Обеден осведомителен бюлетин в 12:00 часа и след Вечерния осведомителен бюлетин в 19:00 часа. Клиповете се излъчват и в дните за размисъл (на 26.10.2019 г. и на 02.11.2019 г.) преди първия и втория тур на местния вот. Те са безплатни, обозначени със заставка Местни избори 2019.

Наблюдението регистрира безплатно редакционно съдържание в новини и актуално-публицистични предавания. Присъствието на политическите формации в предизборното съдържание на програмата, като времетраене в секунди, е показано в графиката по-долу:





В деня на изборите (27.10.2019 г.) и в деня на втория тур (03.11.2019 г.) на местния вот доставчикът спазва изискванията за забрана на предизборна агитация и съобщаване на резултати от гласуването преди края на изборния ден. В емисиите новини в 20:00 часа се представят прогнозните резултати на „Галъп Интернешънъл“ от вота.

Резултатите от наблюдението показват, че все по-малко участници припознават БНР като ефективен комуникационен канал за политическите послания по време на предизборната кампания.

В програма ХОРИЗОНТ предизборното редакционно съдържание е разположено в новини и в актуално-публицистичните предавания „Преди всички“, „12+3“, „Нещо повече“, както и в седмичните обзорни политически предавания „Събота 150“ и „Неделя 150“.

Наблюдението установи, че БНР няма собствено поръчани социологически изследвания.

В програма ХОРИЗОНТ на 22.10.2019 г. в емисия новини в 14:00 часа е представено изследване на „Галъп Интернешънъл“, финансирано от самата агенция, за периода 4-11 октомври 2019 г. На 23.10.2019 г. в предаването „12+3“ е представено изследване на Център за анализи и маркетинг, проведено и финансирано от Център за анализи и маркетинг, за периода 12-21 октомври 2019 г. На 24.10.2019 г. в предаването „Преди всички“ е представено изследване на Изследователски център „Тренд“, по поръчка на в. „24 часа“, за периода 1-10 октомври 2019 г.

В програмата не са констатирани нарушения на Изборния кодекс и на Закона за радиото и телевизията.

Наблюдението установи, че Българското национално радио отразява обективно и справедливо проявите на кандидатите, регистрирани от партиите, коалициите и инициативните комитети при зачитане на тяхната равнопоставеност.

РАДИО СОФИЯ

Съгласно Споразумението по РАДИО СОФИЯ бяха планирани два платени едночасови предизборни диспута с участието на кандидат-кметове и общински съветници. Първият на 15 октомври 2018 г. от 11.00 часа на тема „Зелените инвестиции за София и транспортните политики в името на ефективен и екологичен град“. Вторият платен диспут - на 22 октомври от 11.00 часа на тема: „Битката за районите на София. Икономически и социален профил на кварталите. Бъдещето на бедните и богатите места за живеене“. Установено бе, че и двата платени диспута не се състояха, вероятно поради липса на интерес от страна на участниците в предизборната кампания.

Съгласно Споразумението по Радио София бяха регистрирани два безплатни едночасови предизборни диспута с участието на кандидат-кметове и общински съветници.

Първият безплатен диспут бе проведен на 1 октомври 2019 г. от 11 до 12 часа на тема: „Децентрализирано управление на столицата и политиките за районите на София, пространствено

развитие и планиране” с участието на 13 кандидати за кметове и районни съветници (Павел Миланов, член на ИК за Мая Манолова; Константин Павлов, кандидат за кмет на район „Лозенец” и за общински съветник, издигнат ”Демократична България – обединение”; Радослав Каратанчев, кандидат за кмет на СО от ИК; Димитър Николов, кандидат за кмет на район „Люлин” и за общински съветник от Радикалдемократическа партия в България; Генерал-майор Валери Григоров, кандидат за кмет на СО от коалиция „Ние гражданите”; Петър Клисаров, представител на партия „Пряка демокрация”; Иван Лозанов, водач на листата за общински съветници на СО от Социалдемократическа партия и кандидат за кмет за район „Сердика”; Арх. Румен Русев, кандидат за кмет на район Младост от ПП „Атака”; Борис Бонев, кандидат за кмет на СО, издигнат от ИК; Пламен Зарков от Националната републиканска партия; Александър Пеновски, кандидат за кмет на район „Подуене” и за общински съветник от ПП МИР; Веселин Величков, кандидат за кмет на район „Искър” от коалиция от партии „Движение заедно за промяна”; Николай Дренчев, кандидат за кмет на СО, издигнат от партия „Възраждане”).

Вторият безплатен диспут по Споразумението бе излъчен на 8 октомври от 11 до 12 часа на тема: „Регионалното развитие в периферията на София – политики, платформи и партньорства в градовете Самоков, Своге, Ихтиман и др.” с участието на десет представители на политически формации (Никола Вапцаров от ИК за Мая Манолова; Димитър Божилов, кандидат за кмет на район „Триадица”, подкрепен от коалиция на партии „Да България” – обединение; Борис Цветков, кандидат за кмет на район „Искър” и за общински съветник, подкрепен от БСП за България; Петър Клисаров, кандидат за кмет на София и председател на партия „Пряка демокрация”; Минчо Христов, кандидат за кмет на София от коалиция „Алтернатива на гражданите”; Андрей Петков, кандидат за общински съветник, „Движение България на гражданите”; Христо Колев, кандидат за кмет на район „Овча купел” и за общински съветник, подкрепен от партия АБВ; Валентин Христов, кандидат за кмет на район „Искър” и за общински съветник, издигнат от ПП „Българско национално обединение”; Веселин Грозданов, кандидат за общински съветник в София, подкрепен от ПП „МИР”; Александър Богданов, председател на ПП „ПОДЕМ”.

Наблюдението регистрира участието само на мъже в двата безплатни предизборни диспута.

Безплатните форми за политическа агитация в програмата са двата проведени диспута с общо времетраене от 4140 секунди.

Наблюдението отчита, че основните теми в предизборните диспути бяха: необходимостта от повишаване на сигурността и на реда в кварталите, в това число и чрез осигуряване на модерно видеонаблюдение; необходимостта от мерки за подобряване на инфраструктурата, в това число и за извършване на ремонт на тротоарите и на уличните платна; презастрояването и унищожаването на зелените площи. Кандидат-кметове се обявиха за сериозно подобряване на качеството на ремонтните дейности в София, за да не се налага вече да се прави „ремонт на ремонта”.

Наблюдението не установи излъчването на предвидените в Споразумението предизборни хроники и предизборни клипове на кандидатите в кампанията.

В предизборните си послания участниците в безплатните диспути в РАДИО СОФИЯ бяха равнопоставени и няма констатирано негативно говорене за други участници в изборите, както и използване на „език на омразата”.

Обем на безплатното агитационно съдържание в Радио София по политически субекти
Инициативен комитет за Мая Манолова – 360 секунди
Инициативен комитет за Радослав Каратанчев - 180 секунди
Радикалдемократическа партия в България - 180 секунди
Коалиция „Ние гражданите” - 180 секунди
Партия „Пряка демокрация” - 360 секунди
Социалдемократическа партия - 180 секунди
ПП „Атака” - 180 секунди
Инициативен комитет на „Спаси София” – 180 секунди
Национална републиканска партия - 180 секунди
Коалиция от партии „Движение заедно за промяна” - 180 секунди

Партия „Възраждане“ - 180 секунди
КП „Да България“ – обединение“ („Да България“, ДСБ и „Зелено движение“) - 360 секунди
БСП за България и политическите партии БСП, Комунистическа партия на България, Нова зора, ПК „Екогласност“ и клуб „Тракия“ – 180 секунди
Коалиция „Алтернатива на гражданите“ - 180 секунди
„Движение България на гражданите“ - 180 секунди
Партия АБВ - 180 секунди
Политическа партия „Българско национално обединение“ /БНО/ - 180 секунди
Политическа партия „МИР“ – 360 секунди
Политическа партия „ПОДЕМ“ – 180 секунди.

В програмата в наблюдавания период има само безплатни форми на агитация, не е регистрирано платено агитационно съдържание, по смисъла на ИК.

В наблюдавания период няма констатирани нарушения на ЗРТ и на ИК.

РАДИО БЛАГОЕВГРАД

В сайта на БНР Благоевград са публикувани двадесет и пет договора във връзка с предизборна кампания за избори за общински съветници и кметове в България на 27 октомври 2019 г. по смисъла на чл. 180 от ИК със следните политически субекти: ИК за издигане на Румен Томов, ПП ГЕРБ-Перник, ПП ВМРО-БНД, Областен Съвет на БСП, ПП ГЕРБ –Благоевград, Коалиция „Демократична България-Обединение“, ПП „СДС“ Кюстендил, МК Партия на зелените – Воля, ВМРО-БНД, ПП ВОЛЯ, Общински съвет на БСП, Областен съвет на БСП, ИК за издигане на Румен Томов, Областен съвет на БСП Благоевград, ИК за издигане на Иван Кадев, ПП Обединени земеделци, Общински партиен съвет на БСП-Дупница, ПП ГЕРБ Кюстендил, Общински съвет на БСП Бобошево, ПП ГЕРБ-Перник, Областен съвет на БСП-Перник, ВМРО-БНД, ИК за издигане на Румен Томов, Общински партиен съвет на БСП-Дупница, ИК за издигане на Румен Томов.

Общата стойност на договорите е 17 245 лв. без ДДС.

Наблюдението установи, че в програмата беше излъчен един безплатен предизборен дебат на тема: „Приоритети в развитието на общината – инвестиции, инфраструктура, работни места, образование, култура и социални дейности“ с продължителност 4200 сек. Участници в дебата : Евгени Бибов , кандидат за общински съветник в гр. Благоевград от ПП ГЕРБ, Д-р Христина Цонева , кандидат за общински съветник в гр. Благоевград от ПП НФСБ; Цвета Рангелова , кандидат за общински съветник в гр. Благоевград от ПП ВЪЗРАЖДАНЕ; Валери Смиленов, кандидат за кмет на Благоевград от ПП НОВА АЛТЕРНАТИВА; Иван Ризов , кандидат за кмет на Благоевград от ПП ВМРО – БНД; Калоян Ханджийски , кандидат за кмет на Благоевград от Коалиция „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“; Д-р Радослав Радославов , кандидат за общински съветник в гр. Дупница от МК „ ЗАЕДНО ЗА ПРОМЯНА“; Пламен Алексиев , кандидат за кмет на гр. Радомир от ПП ГЕРБ; Евдокия Асенова , кандидат за кмет на гр. Радомир от КП „ БСП ЗА БЪЛГАРИЯ“; Стоян Божинов , кандидат за кмет на гр. Петрич от ПП ВМРО – БНД.

Платени агитационни материали бяха позиционирани след новините, отделени от останалото съдържание в програмата със звуков сигнал „Местни избори 2019“.

Регистрирани са 394 броя платени агитационни форми (клипове, хроники и интервюта) с общо времетраене 17 820 сек.

- 1) БСП – 136 бр. – 5880 сек.
- 2) ГЕРБ – 113 бр. – 5640 сек.
- 3) ИК за издигане на Румен Томов за НК за кмет на Община Благоевград – 83 бр. – 2640 сек.
- 4) ИК за издигане на Иван Кадев за НК за кмет на община Банско – 35 бр. – 1500 сек.
- 5) ВМРО БНД – 5 бр. – 900 сек.
- 6) МК Партия на зелените/Воля/ - 18 бр. – 540 сек.
- 7) Коалиция „Демократична България-Обединение“ – 2 бр. – 360 сек.

8) ПП Обединени земеделци – 2 бр. – 360 сек.

Темите, регистрирани от наблюдението, са свързани с икономическото развитие на града, инфраструктурата, безработицата, корупцията, развитието на социални услуги, здравеопазване и образование.

Няма установени нарушения на ИК и ЗРТ.

Наблюдението регистрира участието на петнадесет мъже и четири жени в предизборните агитационни форми.

РАДИО БУРГАС

В сайта на БНР Бургас са публикувани десет договора във връзка с предизборна кампания за избори за общински съветници и кметове в България на 27 октомври 2019 г. по смисъла на чл. 180 от ИК със следните политически субекти: ПП Движение България на гражданите, ПП НФСБ, ПП ГЕРБ, ПП МИР, ПП ДБ, ПП СРЕДНА ЕВРОПЕЙСКА КЛАСА, КП "Ние гражданите", КП "БСП ЗА БЪЛГАРИЯ", Живко Жеков - кандидат на КП "БСП ЗА БЪЛГАРИЯ", Тихомир Янакиев – Созопол.

Общата стойност на договорите е 6 580 лв. без ДДС.

В предаванията Сутрешен блок "Акценти" и "Булевард Демокрация" бяха позиционирани платени агитационни материали.

Наблюдението регистрира като платени агитационни форми следните: хроника (29 броя, 2 865 сек.), интервю (5 броя, 860 сек.), дебат (1 брой, 200 сек.), рекламни клипове (92 броя, 3 180 сек.), визитки (25 броя, 2 140 сек.) с продължителност 9 225 секунди.

Мониторингът установи излъчване на платен дебат на 10.10.2019 г. на тема: „Икономическо развитие, туризъм, нови работни места и инвестиции в общините. Привличане на повече млади специалисти " с участието на Георги Леонидов Пинелов, кандидат за кмет на Созопол и водач на листата за общински съветници на ПП МИР.

Наблюдението на програмата установи следното безплатно агитационно съдържание:

Дебати – 2 броя с 16 представителя на политически формации (НФСБ, КП Ние, Гражданите, СРЕДНА ЕВРОПЕЙСКА КЛАСА, ГЕРБ, Възраждане, БСП за България, Движение ЗАЕДНО за промяна, ПП БЪЛГАРСКИ СОЦИАЛДЕМОКРАТИ, ПОЛИТИЧЕСКА ПАРТИЯ СЪЮЗ НА ДЕМОКРАТИЧНИТЕ СИЛИ, „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“, ИК "Мартин Пламенов Пенчев – независим", Местна Коалиция "Нова алтернатива", Георги Димитров - независим кандидат за кмет на Община Карнобат, издигнат от Инициативен комитет.

Регистрираните теми в периода на предизборната кампания са: Борба с корупцията; Местно здравеопазване; Общинска инфраструктура и транспорт; Местен бизнес; Общински бюджет; Екология; Образование; Гражданско участие за по-ефективен контрол и прозрачност при управлението на общинската собственост и вземане на решения за развитието на града.

Наблюдението регистрира участието на 36 мъже и 9 жени в качеството им на политически субекти и експерти, представени в предизборното съдържание на програмата.

Редакционно съдържание по предизборната кампания беше установено в предаванията Сутрешен блок "Акценти", "Булевард Демокрация" и "Ден до пладне".

- Обемът на регистрираното платеното агитационно съдържание е 9 245 сек.;
- Обемът на регистрираното безплатното агитационно съдържание е 7 198 сек.;
- Обемът на регистрираното безплатното редакционно съдържание е 19 285 сек.

РАДИО ВАРНА

На сайта на програмата е публикувана тарифа и договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 2265.00 лв. без ДДС.

Наблюдението отчита предизборно съдържание в програмата в предаването „Предизборен диспут“. Участие на политически субекти в платеното агитационно съдържание (интервюта, хроники, диспут):

политически субект	секунди
„Демократична България и обединение“	700
„Ние гражданите“	600
н. к. Григор Григоров	348
„Възраждане“	240
ГЕРБ	123

На 28.09.2019 г. от 10.00 до 12.00 ч. беше проведен един безплатен дебат с участието на представители на шест политически субекта - Социалдемократическа партия, Християндемократическа партия, Демократична България, „Възраждане“, „Ние гражданите“, БСП. Темите на дебата бяха: Визия за развитие на общината. Транспорт, местен бизнес, инфраструктура. Визия за по-добър живот в общината. Здравеопазване, социални дейности, образование.

Регистрирано е участието на 16 мъже и 1 жена в предизборното медийно съдържание

В наблюдавания период са регистрирани рекламни клипове от разяснителната кампания на ЦИК в рекламни блокове.

РАДИО ВИДИН

В сайта на БНР Видин е публикуван един договор за 3-минутен репортаж на партия „Новото време“ на стойност 150 лв. без ДДС.

Наблюдението установи провеждането на два безплатни предизборни дебата по теми: „Управленски решения и действия на местните власти за положителна промяна в социално-икономическия и културния облик на общината. Мерки за справяне с демографските проблеми“ и „Ролята на общинските съветници в регионална политика и визия за цялостното развитие на общината. Управление на общинската собственост“ с участници: ПП Атака, ПП ВМРО БНД, Партия на зелените, ПП Герб, Възраждане, ПП Обединена социалдемократия, Политическа партия Съюз на демократичните сили, Демократична България – обединение, БСП за България, Движение 21, Радикалдемократическа партия в България.

Регистрираният обем на безплатно редакционно съдържание е 2 310 сек.

Наблюдението регистрира участието на 16 мъже и една жена в качеството им на политически субекти и експерти, представени в предизборното съдържание на програмата.

БНР - РАДИО КЪРДЖАЛИ

На сайта на програмата е публикувана тарифа и договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 1692.00 лв. без ДДС.

Участие на политически субекти в платеното агитационно съдържание (хроники):

политически субект	секунди
ГЕРБ	360
ДПС	275

На 01.10.2019 г. в предаването „Предизборен диспут“ беше проведен безплатен дебат с участието на представители на пет политически субекта: ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ, ГЕРБ, БСП за България, ДПС, ВОЛЯ.

Наблюдението регистрира безплатен дебат на 02.10.2019 г. с участието на един кандидат за кмет на Крумовград (ДПС), поради отсъствието на трима от поканените. Темите на двата дебата бяха: Икономическо развитие, инфраструктура, образование и социални процеси.

Наблюдението на предаванията на турски език за наличие на предизборно съдържание, които се излъчват всеки ден от 08:00 ч. до 09:00 ч., от 15:00 ч. до 16:00 ч. от 20:30 ч. до 21:30 часа, показва отсъствие на теми, отнасящи се до местните избори. Не е регистрирано и безплатно редакционно съдържание.

Регистрирано е участието на 14 мъже и нито една жена в предизборното медийно съдържание

В наблюдавания период са регистрирани рекламни клипове от разяснителната кампания на ЦИК в рекламни блокове.

РАДИО ПЛОВДИВ

В сайта на БНР Пловдив са публикувани шест договора във връзка с предизборна кампания за избори за общински съветници и кметове в България на 27 октомври 2019 г. по смисъла на чл. 180 от ИК със следните политически субекти: ПП ГЕРБ, БСП ЗА БЪЛГАРИЯ, „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“, Местна коалиция НОВОТО ВРЕМЕ, Местна коалиция „НФСБ (ВМРО-БНД), Земеделски съюз „Ал. Стамболийски“.

Наблюдението регистрира платени агитационни форми (хроника - 2 бр., интервю – 5 бр., дебат – 3 бр., рекламни клипове – 54 бр.) с обща продължителност от 5 880 секунди в предаванията „Точно днес“ и „Ден след ден“, както и след новинарските емисии. Участниците са представители на следните политически формации: БСП ЗА БЪЛГАРИЯ; Местна коалиция НОВОТО ВРЕМЕ; „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“; Местна коалиция „НФСБ (ВМРО-БНД); ПП ГЕРБ.

Наблюдението регистрира един безплатен дебат с участието на представители на пет политически формации (Земеделски съюз „Ал. Стамболийски“, ВОЛЯ, ПП ОБЕДИНЕНА СОЦИАЛДЕМОКРАЦИЯ, БСП ЗА БЪЛГАРИЯ, КОАЛИЦИЯ КАУЗА ПЛОВДИВ) с продължителност 3 360 сек.

Темите, дебатирани в предизборната кампания, са: Взаимодействие местна-централна власт; Общинска инфраструктура и транспорт; Борба с корупцията; Местно здравеопазване; Местен бизнес; Общински бюджет; Образование; Култура.

Наблюдението регистрира участието на осем мъже и една жена в качеството им на политически субекти и експерти, представени в предизборното съдържание на програмата.

РАДИО СТАРА ЗАГОРА

На сайта на програмата е публикувана тарифа и договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 16160.00 лв. без ДДС. Публикувани са и четири безвъзмездни договора за политическа агитация.

Наблюдението отчита предизборно съдържание в програмата в предаването „Предизборен диспут“. Участие на политически субекти в платеното агитационно съдържание (интервюта, хроники, диспут):

политически субект	секунди
ВМРО	19004
БСП	6551
АБВ	2224
Възраждане	1220
ГЕРБ	660
ДПС	600
Алтернатива на гражданите	495

Регистрираните теми в периода на предизборната кампания са: Управление на общината, приоритети, Ролята на общинския съвет, Подпомагане на местния бизнес, Инфраструктура, Транспорт,

Здравеопазване, социална политика, образование. Финансиране на културни и образователни проекти през общинските бюджети и европейски фондове.

Регистрирано е участието на 128 мъже и 34 жени в предизборното медийно съдържание

В наблюдавания период са регистрирани рекламни клипове от разяснителната кампания на ЦИК в рекламни блокове.

РАДИО ШУМЕН

На сайта на програмата е публикувана тарифа и договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 14010.00 лв. без ДДС. Публикувани са и шест безвъзмездни договора за политическа агитация.

Наблюдението отчита предизборно съдържание в програмата в предаването „Предизборен диспут“. Участие на политически субекти в платеното агитационно съдържание (клипове, хроники, диспут):

политически субект	секунди
„Български социалдемократи“	2514
н. к. Валентин Маламов	2440
ДПС	1463
БСП	1215
ВМРО	1040
Български социалдемократи	590
ГЕРБ	681
„Демократична България“	160
н. к. Рая Матева	120

Регистрираните теми в периода на предизборната кампания са: Общински политики за икономика, инвестиции и инфраструктури. Образование, социални дейности и здравеопазване. Визия за устойчиво развитие..

Регистрирано е участието на 88 мъже и 66 жени в предизборното медийно съдържание

В наблюдавания период са регистрирани рекламни клипове от разяснителната кампания на ЦИК в рекламни блокове.



2. БЪЛГАРСКАТА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ – БНТ 1 и БНТ 2.



БНТ отрази обективно предизборната кампания за местна власт, като спазва действащото законодателство и добрата журналистическа практика. Общественият доставчик подписа на 19 септември 2019 г. Споразумението за отразяване на предизборната кампания за провеждане на избори за общински съветници и кметове на 27.10.2019 г. с партиите, коалициите от партии и инициативните комитети. В него са разписани възможностите за безплатна и платена агитация на участниците в изборите в програмите на БНТ (БНТ 1, БНТ 2 И БНТ 4), под формата на клипове, диспути, хроники/репортажи, интервюта. Допълнително Споразумение е подписано на 24 септември 2019 г., с което се дава още време за предизборни телевизионни изяви на кандидатите за местната власт под формата на шест безплатни диспути.

БНТ публикува на сайта си:

- Постановление № 217 от 5 септември 2019 г. на Министерски съвет за приемане на тарифа, която партиите, коалициите и инициативните комитети заплащат предизборните предавания на БНТ и БНР и техните регионални центрове при провеждането на изборите за общински съветници и кметове през 2019 година;
- Споразумението за отразяване на предизборната кампания за провеждане на избори за общински съветници и кметове на 27.10.2019 г. с партиите, коалициите от партии и инициативните комитети, подписано на 19 септември 2019 г.;
- Допълнителното споразумение от 24.09.2019 г. ;
- Периодични/ежедневни Справки за заявените и платени агитационни форми, включително и за Регионалните телевизионни центрове.

Предизборният мониторинг на СЕМ отчита двадесет и пет (25) политически субекта, реализирали платени агитационни форми в програмите на БНТ за обща стойност 379 183.30 лева с ДДС. БНТ отделно публикува информация за привлечените от три Регионални телевизионни центъра (Благоевград, Варна, Пловдив) суми за предизборна агитация. Данните сочат, че общо 7 200 лева с ДДС са постъпили в регионалните центрове на обществената телевизия. БНТ има договори за предизборна агитация със следните политически субекти: ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ, Движение за права и свободи – ДПС, ПП ГЕРБ, НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ, ПП АТАКА, „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение), Политическа партия АБВ, БСП ЗА БЪЛГАРИЯ, ВОЛЯ, ПП СРЕДНА ЕВРОПЕЙСКА КЛАСА , ПП ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ, ИК ЗА МАЯ МАНОЛОВА, Движение ЗАЕДНО за промяна, ИК ЗА РАДОСЛАВ КАРАТАНЧЕВ, ПП СДС, ПП ЗЕМЕДЕЛСКИ СЪЮЗ АЛЕКСАНДЪР СТАМБОЛИЙСКИ, ПП ДВИЖЕНИЕ БЪЛГАРИЯ НА ГРАЖДАНИТЕ, КП СЪЮЗ ЗА ПЛОВДИВ, ПП ДВИЖЕНИЕ 21, ИК ЗА ИЗДИГАНЕ НА ГЕОРГИ СПАРТАНСКИ, ИК ЗА НИКОЛАЙ ГЮРОВ, ИК ЗА БОРИС БОНЕВ, ИК ЗА ГЕОРГИ СЛАВОВ ЯМБОЛ.

Малко след началото на кампанията, в своята онлайн платформа, БНТ създаде специална страница за местните избори 2019-та, където публикува всички агитационни форми – платени и безплатни във видео формат. Специална шапка за местния вот 2019-та отделя предизборното съдържание в програмите на БНТ. Всички платени форми на агитация по БНТ1 и БНТ2 са обозначени със съобщението „купуването и продаването на гласове е престъпление“.

ВСТЪПИТЕЛНИ И ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ ОБРЪЩЕНИЯ

На 27.09.2019 г. програми БНТ1 и БНТ2 предоставиха бесплатно време за въстъпителни обръщания до 40 секунди, от което се възползваха 20 политически субекта, участващи в местния вот. Въстъпителните клипове първо по време се излъчиха по БНТ1, а след това бяха повторени и в програма БНТ2. Общ обем времетраене на въстъпителни клипове – 730 секунди.

На 25.10.2019 г. програми БНТ1 и БНТ2 предоставиха бесплатно време за заключителни обръщания до 40 секунди, от което се възползваха 18 политически субекта, участващи в местния вот. Заключителните клипове първо се излъчиха по БНТ2 и след това бяха повторени и в програма БНТ1. Общо времетраене на заключителни клипове – 710 секунди.

БЕЗПЛАТНИ ДИСПУТИ

Програма БНТ 1 организира шест безплатни диспута за местните избори 2019 г. до 90 минути (09, 10, 16, 17, 23 и 24 октомври). Диспутите са с жестомимичен превод. Участниците в диспутите са кандидати за кметове на общини, кандидати за съветници и партийни лидери.

Общо са излъчени шест безплатни диспута в програма БНТ 1 от 16.30 часа с времетраене от 21 480 секунди.

Първият безплатен диспут е проведен на 9 октомври 2019 г. с участието на представители на седем политически формации (ПП ПОДЕМ, партия на ЗЕЛЕНИТЕ, партия БЪЛГАРСКИ СОЦИАЛДЕМОКРАТИ, СОЦИАЛДЕМОКРАТИЧЕСКА ПАРТИЯ (СДП), ДВИЖЕНИЕ 21, СРЕДНА ЕВРОПЕЙСКА КЛАСА, ПП СВОБОДА) с общо времетраене от 4 200 секунди.

Вторият безплатен диспут е проведен на 10 октомври 2019 г. с участието на представители на пет политически формации (Християндемократическа партия на България, Политическа партия МИР, ПП БЪЛГАРСКИ ДЕМОКРАТИЧЕН ЦЕНТЪР – БДЦ, ПП Съюз на свободните демократи, БЪЛГАРСКА СОЦИАЛДЕМОКРАТИЧЕСКА ПАРТИЯ) с общо времетраене 3 000 секунди.

Третият безплатен диспут е проведен на 16 октомври 2019 г. с участието на представители на шест политически формации (ПП ДВИЖЕНИЕ „НАПРЕД БЪЛГАРИЯ“, ПП БЗНС, Радикалдемократическа партия в България, ПП ОБЕДИНЕНА СОЦИАЛДЕМОКРАЦИЯ, ДВИЖЕНИЕ БЪЛГАРИЯ НА ГРАЖДАНИТЕ (ДБГ), коалиция Ние, Гражданите) с общо времетраене 3 780 секунди.

Четвъртият безплатен диспут е проведен на 17 октомври 2019 г. с участието на представители на шест политически формации (Движение ЗАЕДНО за промяна, ВЪЗРАЖДАНЕ, ПП ЕДИННА НАРОДНА ПАРТИЯ, НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ, ПП АТАКА, ПРЯКА ДЕМОКРАЦИЯ) с общо времетраене 3 600 секунди.

Петият безплатен диспут, проведен на 23 октомври 2019 г., с участието на представители на четири политически формации (ПОЛИТИЧЕСКА ПАРТИЯ СЪЮЗ НА ДЕМОКРАТИЧНИТЕ СИЛИ, Българска демократична общност, ПП Глас Народен, Национална Републиканска партия) с общо времетраене 2 700 секунди.

Шестият безплатен диспут е проведен на 24 октомври 2019 г. с участието на представители на шест политически формации (Политическа партия АБВ (Алтернатива за българско възраждане), БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ОБЕДИНЕНИЕ, коалиция АЛТЕРНАТИВАТА НА ГРАЖДАНИТЕ, Земеделски съюз „Ал. Стамболийски“, БЪЛГАРСКИ СЪЮЗ ЗА ДИРЕКТНА ДЕМОКРАЦИЯ (БСДД), ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ) с общо времетраене от 4 200 секунди.



АКТУАЛНИТЕ ПУБЛИЦИСТИЧНИ ПРЕДАВАНИЯ „РЕФЕРЕНДУМ” И „ПАНОРАМА”

В предаванията „Референдум” и „Панорама” се състояха по два безплатни дебата, съответно: „Референдум” на 1 и 15 октомври; „Панорама” на 4 и 18 октомври.

„РЕФЕРЕНДУМ”, 1 ОКТОМВРИ 2019 ПОЛИТИЧЕСКИ СУБЕКТ	ПРЕДСТАВИТЕЛ
ПП ГЕРБ	Даниела Дариткова, пред. на ПГ на ГЕРБ
БСП ЗА БЪЛГАРИЯ	Деница Златева, зам.-председател на НС на БСП
ВОЛЯ	Веселин Марешки, лидер на партията и зам. предс. на НС
НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ И РАДИКАЛИ	Стефан Иванов, кандидат за кмет на София
ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ	Юлиан Попов, народен представител и секретар на ПГ на ОП
Движение за права и свободи - ДПС	Халил Летифов, зам.-пред. на ПГ на ДПС
ПП АТАКА	Волен Сидеров, лидер на партия и кандидат за кмет на София

Диспутът на 15.10.2019 г. в предаването „Референдум” с участието на четиримата кандидати за кмет на София, които според социологическите изследвания събират значима подкрепа от гражданите и партиите, е с продължителност – 3 600 секунди.

„РЕФЕРЕНДУМ”, 15 ОКТОМВРИ 2019 ПОЛИТИЧЕСКИ СУБЕКТ	ПРЕДСТАВИТЕЛ Кандидат за кмет на СОФИЯ
ГЕРБ И СДС	Йорданка Фандъкова
ИК ЗА МАЯ МАНОЛОВА	Мая Манолова
„ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ” (ДА България, ДСБ, Зелено движение)	Борислав Игнатов
ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ	Ангел Джамбазки

Диспутът на 4.10.2019 г. в предаването „Панорама” с участието на три политически формации е с обща продължителност 2 100 секунди.

„Панорама”, 4 ОКТОМВРИ 2019 ПОЛИТИЧЕСКИ СУБЕКТ	ПРЕДСТАВИТЕЛ
„ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение)	арх. Борислав Игнатов
НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ И РАДИКАЛИ	Стефан Иванов
ПП ГЕРБ	Тома Биков, народен представител

Диспутът на 18.10.2019 г. в предаването „Панорама” с участието на три политически формации е с обща продължителност 2 160 секунди.

„Панорама”, 18 ОКТОМВРИ 2019 ПОЛИТИЧЕСКИ СУБЕКТ	ПРЕДСТАВИТЕЛ
БСП ЗА БЪЛГАРИЯ	Калоян Паргов, предс. на БСП -София
ВОЛЯ	Пламен Христов, народен представител, кандидат за кмет на София
ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ	Ангел Джамбазки, член на ЕП и кандидат за кмет на София

Общо времетраене на безплатните агитационни форми по Споразумение в предаването „Референдум” е 6 795 секунди, а в предаването „Панорама” е 4 700 секунди.

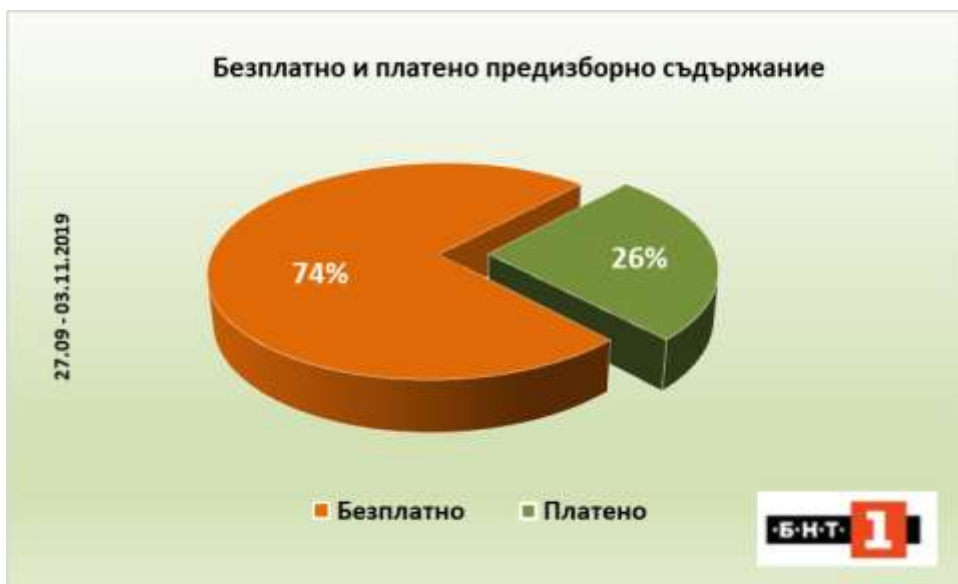
Дискусионната форма на безплатна агитация по БНТ 1 е в общ обем от 32 975 секунди, които са сбор от 6-те безплатни дебата, двете предавания „Референдум” и двете предавания „Панорама”.

В десетте безплатни диспута по БНТ 1 най-голямо присъствие като времетраене имат представителите на управляващите партии.

БЕЗПЛАТНИ ЕКСПЕРТНИ УЧАСТИЯ

В рамките на предизборната кампания за местна власт бяха регистрирани участия на експерти - социолози, политолози, антрополози, икономисти, психолингвисти, журналисти и др., които коментираха кампанията в следните актуално-публицистични предавания на програма БНТ 1: „Сутрешен блок” (27.09; 03.10; 07.10; 08.10; 14.10; 16.10; 24.10; 25.10; 28.10; 29.10; 30.10; 01.11; 04.11), „Панорама” (27.09), „Още от деня” (15.10) „Референдум” (08.10; 22.10; 29.10), „Денят започва с Георги Любенов (03.11; 27.10); „Нощта на избора” (27.10 и 03.11). Предаването „Нощта на избора” в БНТ 1 представи обективно и безпристрастно информация на зрителите на обществената телевизия относно провеждането на предизборната кампания, както и резултати от гласуваната на двата тура. Представителите на ЦИК и ОИК също взеха участия в програма БНТ 1 като разясняваха организацията и начина на гласуване.

В програма БНТ 1 бяха реализирани блокови предавания „Нощта на избора” на 27 октомври и 3 ноември 2019 г. (балотаж) с преки включвания от страната и от ЦИК, с коментари на наблюдатели и експерти в студиото; представяне на социологически данни от екзит пол на две агенции АЛФА РИСЪРЧ и ГАЛЪП ИНТЕРНЕТЪЛ; изявления на партийни лидери и пресконференции на участниците в изборите.



БЕЗПЛАТНО ПРЕДИЗБОРНО РЕДАКЦИОННО СЪДЪРЖАНИЕ

БНТ излъчи голям обем редакционно съдържание под формата на новини, репортажи, интервюта от страната във връзка с кампанията за избор на местна власт. В рамките на предизборната кампания емисиите новини отразяваха събития, свързани с подготовката за провеждане на изборите и акции на органите на реда за предотвратяване на опитите за купуване и продаване на гласове.

Редакционното съдържание за изборите включва новините и актуално-публицистичните предавания. За програма БНТ 1 безплатното редакционно съдържание е в обем от 117 635 секунди. За програма БНТ 2 безплатното редакционно съдържание е в обем от 20 525 секунди.

В програмите на БНТ бяха регистрирани агитационни клипове на ЦИК от разяснителната кампания, включително и в двата дни за размисъл.



ПЛАТЕНА АГИТАЦИОННО СЪДЪРЖАНИЕ В ПРЕДАВАНИЯ

В рамките на предизборната кампания по БНТ 1 предаванията „Сутрешен блок“ и „Още от деня“ излъчиха платени интервюта с кандидати до 10 минути, а в предаването „Денят започва с Георги Любенов“ бяха излъчени платени интервюта до 15 минути.

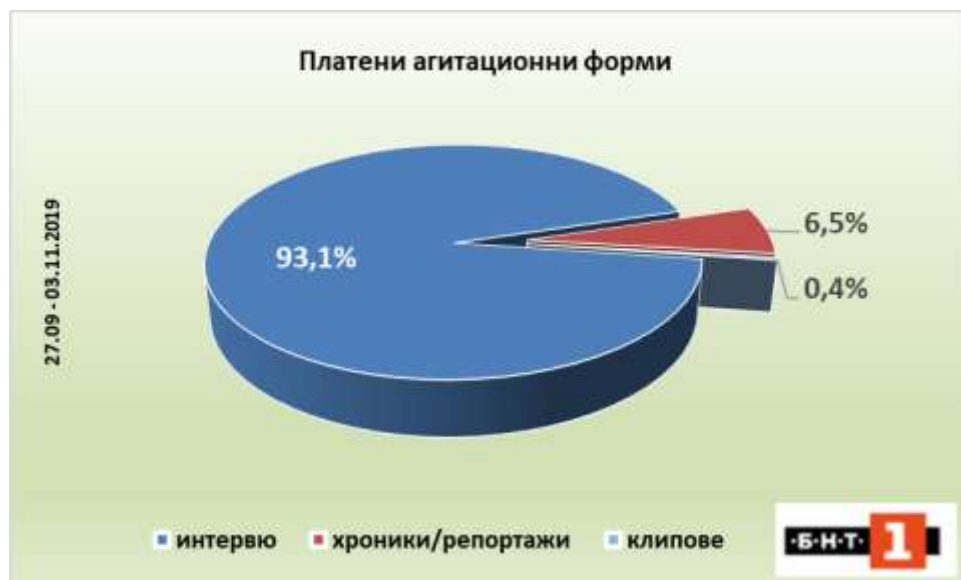
В програма БНТ 2 бяха излъчени платени интервюта в предаването „На фокус: Регионът“. В специалната рубрика за вота „Предизборна хроника“ бяха излъчени платени репортажи от предизборни прояви.

Наблюдението регистрира следните платени агитационни форми: клипове, репортажи и интервюта.

Не е установено провеждането на платени предизборни диспути в програмите БНТ 1 и БНТ 2.

ПЛАТЕНИ КЛИПОВЕ

За периода на предизборната кампания в БНТ 1 бяха регистрирани рекламни агитационни клипове на три политически субекта: ПП ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ, „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение) и ПП ГЕРБ.



ПЛАТЕНИ ХРОНИКИ

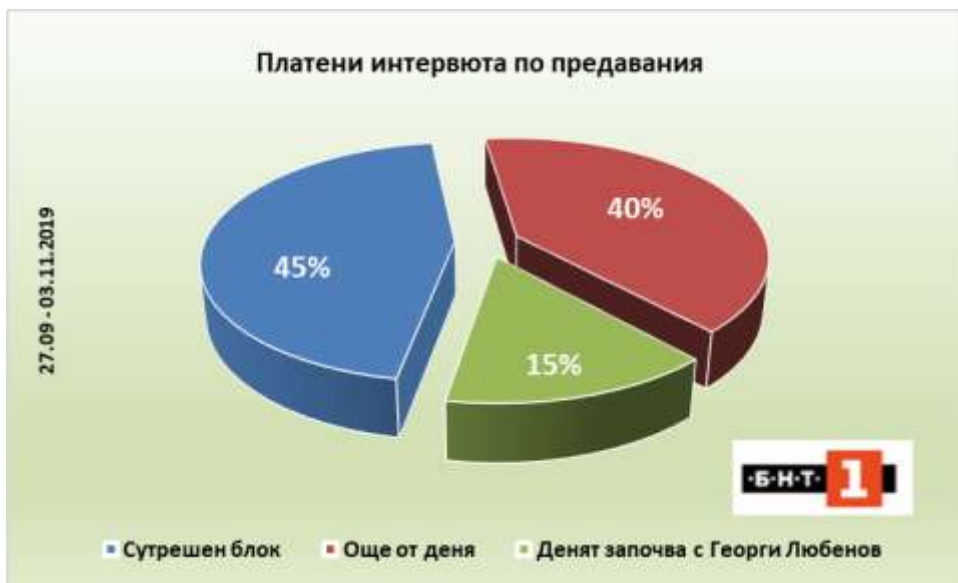
Наблюдението отчита излъчени 53 броя платени хроники по БНТ 1, като всяка хроника е с времетраене между 60 до 100 секунди.

Мониторингът отчита излъчването само на 2 платени хроники в БНТ 2 - на 1 октомври на ИК ЗА РУМЕН ГЕОРГИЕВ ТОМОВ, кандидат за кмет на община Благоевград – 90 секунди; на 3 октомври е регистрирана платена хроника на „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение) за кандидата за кмет на град Варна Стела Николова и за листата от общински съветници – 90 секунди.

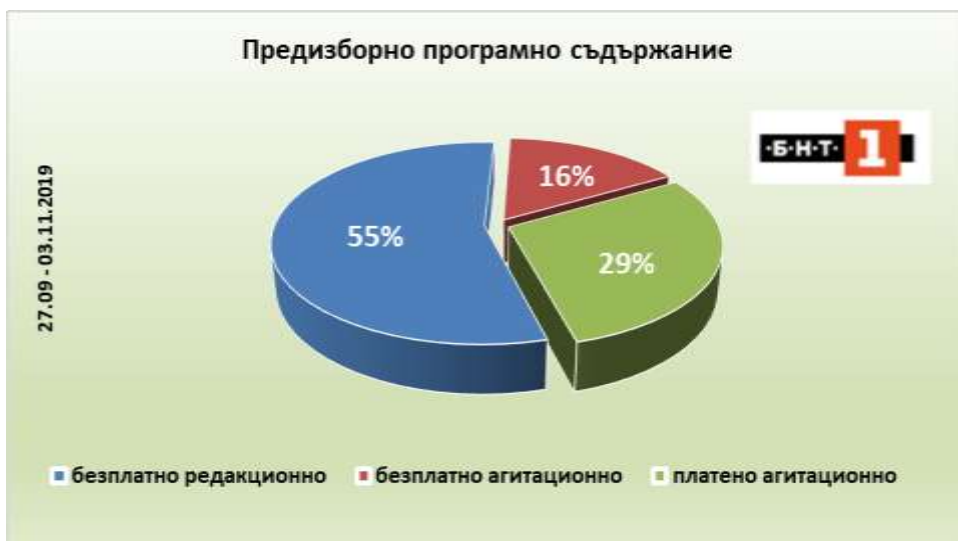
Регистрирани са две платени хроники по БНТ 2 в обем от 180 секунди.

ПЛАТЕНИ ИНТЕРВЮТА

Предпочитана форма на предизборна агитация за местния вот 2019 в програмите на БНТ са платените интервюта в рамките на 10 и 15 минути.



В програма БНТ 1 платените интервюта се излъчват в предаванията „Сутрешен блок”, „Още от деня” и „Денят започва с Георги Любенов”. Наблюдението отчита 86 платени интервюта с общо времетраене от 58 043 секунди.



Наблюдението регистрира най-голям брой платени интервюта по БНТ 1 на кандидата за кмет на София от ВМРО-БНД Ангел Джамбазки – 5 броя (07.10; 11.10; 20.10; 24.10; 25.10); 4 платени интервюта на арх. Борислав Игнатов, кандидат за кмет на София от „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение); 4 платени интервюта на Славчо Атанасов, кандидат за кмет на Пловдив от Местна Коалиция НФСБ-ВМРО; 4 платени интервюта на Константин Бачийски, кандидат за кмет на Бургас от ПП СРЕДНА ЕВРОПЕЙСКА КЛАСА; 4 платени интервюта на Карлос Контрера, кандидат за районен кмет на Средец от МВРО-БНД. Наблюдението установи наличието на платени интервюта на водачите на листите за съветници в столицата на БСП ЗА БЪЛГАРИЯ, АБВ, ДБГ и други.

В програма БНТ 2 платените интервюта са в рамките на предаването „На фокус: Регионът”. В наблюдавания период са излъчени 4 броя платени интервюта в общо времетраене 2 460 секунди. На 16.10.2019 г. своите идеи за развитие на Пловдив представи Георги Колев от ЗС “Александър Стамболийски” (660 с.); на 18.10.2019 с интервюта участват Атанас Камбитов от Политическа партия ГЕРБ, кандидат за кмет на община Благоевград (660 с.) и Любен Милев, водач на листата за общински

съветници на БСП в Благоевград (420 с.); на 22.10.2019 г. са регистрирани интервюта на Георги Икономов, кандидат на ПП ГЕРБ за кмет на община Банско (360 с.) и Румен Томов, независим кандидат за кмет на Благоевград, подкрепен от БСП (360 с.).



Програма БНТ 2 излъчи шест безплатни диспута за местния вот до 60 минути с времетраене от 13 690 секунди – от регионалните центрове в Благоевград, Русе, Варна, Пловдив (30 септември, 01, 02 и 03 октомври). За разлика от БНТ1, в програма БНТ2 дебатите бяха разделени на два вида – диспути между кандидати за кмет на община и диспути между кандидати за общински съветници.

Първият безплатен диспут е проведен на 30 септември 2019 г. с кандидати за кметове на град Благоевград, град Дупница и град Петрич от пет политически формации (ПП СВОБОДА, ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ, „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение), местна коалиция Движение ЗАЕДНО за промяната, местна коалиция БСП ЗА БЪЛГАРИЯ И ВЪЗРАЖДАНЕ) с общо времетраене 2 400 секунди.

Вторият безплатен диспут е проведен на 30 септември 2019 г. с кандидати за общински съветници от област Благоевград от три политически формации (коалиция Движение ЗАЕДНО за промяната, коалиция Ние, Гражданите, ВЪЗРАЖДАНЕ) с общо времетраене 1 260 секунди.

Третият безплатен диспут е проведен на 1 октомври 2019 г. с кандидати за кмет на град Русе с участието на пет политически формации (ПОДЕМ, ВЪЗРАЖДАНЕ, Коалиция АЛТЕРНАТИВАТА НА ГРАЖДАНИТЕ, „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение), Местна коалиция Съюз на Демократичните сили (СДС, ДБГ, ССД, БНД и Движение 21) с общо времетраене 2 500 секунди.

Четвъртият безплатен диспут е проведен на 02 октомври 2019 г., с кандидати за кмет на град Варна с участието на седем политически формации (партия БЪЛГАРСКИ СОЦИАЛДЕМОКРАТИ, Християндемократическа партия на България, Движение ЗАЕДНО за промяна, БСП ЗА БЪЛГАРИЯ, „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА 643България, ДСБ, Зелено движение), коалиция Ние, Гражданите, ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ) с общо времетраене 4 501 секунди.

Петият безплатен диспут е проведен на 3 октомври 2019 г. с кандидати за кметове на община и районни кметове на град Пловдив с участието на четири политически формации („ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение), Земеделски съюз „Ал. Стамболийски“, ВОЛЯ, ВЪЗРАЖДАНЕ) с общо времетраене от 1 560 секунди.

Шестият безплатен диспут е проведен 3 октомври 2019 г. с кандидати за общински съветници на град Пловдив, с участието на шест политически формации (ПП АТАКА, КОАЛИЦИЯ КАУЗА ПЛОВДИВ, Християндемократическа партия на България, Партия на ЗЕЛЕНИТЕ, коалиция Ние, Гражданите, СВОБОДА) с общо времетраене 1 398 секунди.

Всичките 12 предизборни диспута по БНТ 1 и БНТ 2 са с жестомимичен превод. В предаването „На фокус: Регионът“, излъчено на 28.10.2019 г. от град Русе, участниците коментираха резултатите от първия тур на местния вот, заедно с кандидатите за кмет и общински съветници от региона.

ТЕМИ В ПРЕДИЗБОРНАТА КАМПАНИЯ

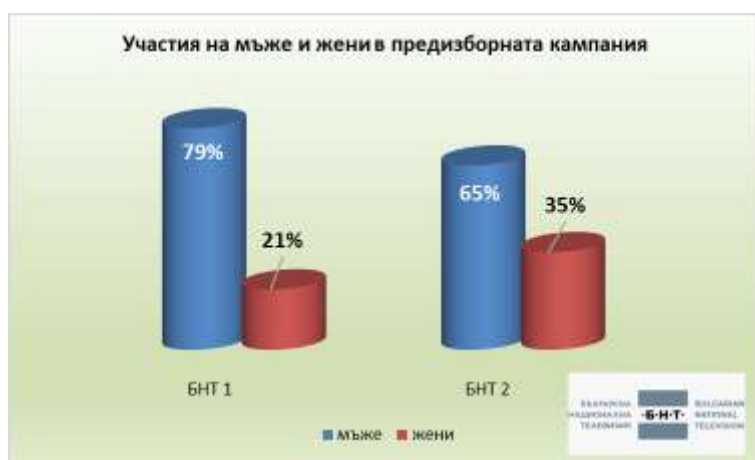
Наблюдението отчита, че една от важните теми в предизборната кампания е корупцията и моделът на управление на местно равнище, както и стремежът за промяна на статуквото в общинското самоуправление. Купуването и продаването на гласове или нечестната политическа надпревара също се оформи като значима тема за местния вот 2019-та в програмите на БНТ. Участниците в предизборната кампания коментират проблемите в демографската картина на села и градове, инфраструктура и транспорт в населените места, екологията и туризма, административни услуги, водоснабдяване и топлофикация, условията за децата в детски градини и училища. В дебатите за град София бяха засегнати теми като презастрояване, достъп до Витоша, топлофикация, детски градини, комунални услуги и др.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИ ДАННИ

БНТ традиционно работи с АЛФА РИСЪРЧ и ГАЛЪП ИНТЕРНESHЕНЪЛ, които представиха своите предварителни проучвания и анализи за електоралните нагласи у нас, като в дните на гласуване – 27.10 и 3.11 (балотаж), в реално време представиха данните от екзит пол в страната и от паралелното преброяване по места. Предаването „Референдум“ в реално време прави проучване на общественото мнение по конкретни въпроси от актуалния живот в страната с помощта на АЛФА РИСЪРЧ. Наблюдението установи разпространение на данни и на други социологически агенции по време на предизборната кампания - Медиана, Института за анализи и маркетинг, Тренд. При огласяването на данните БНТ спазваше изискванията на Изборния кодекс относно посочване на периода на изследването и източника на финансирането му.

УЧАСТИЕ НА МЪЖЕ И ЖЕНИ В ПРЕДИЗБОРНОТО ПРОГРАМНО СЪДЪРЖАНИЕ

В наблюдавания период в програма БНТ 1 е регистрирано участието на 324 мъже и 88 жени в политическите и експертни дебати. В програма БНТ 2 е регистрирано участието на 34 мъже и 18 жени.



БНТ отрази обективно предизборната кампания за местна власт, като спазва действащото законодателство и добрата журналистическа практика. На всички кандидати за кметове и за общински съветници се даде регламентирана възможност в БНТ 1 и БНТ 2 да представят своите възгледи за развитието на съответните градове или райони. „Битката“ за София привлече по-голям интерес от страна на общественото, за това и БНТ излъчи значителен обем телевизионно съдържание.

Мониторингът отчете най-голям обем участие в безплатните диспути на представителите на управляващите партии, с превес от националистическите формации.

3. Община Велико Търново – програма ОБЩИНСКО РАДИО ВЕЛИКО ТЪРНОВО

Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 7 188.50 лв. без ДДС със следните политически субекти: БСП (Местна коалиция БСП ЗА БЪЛГАРИЯ (АБВ, ДВИЖЕНИЕ 21); „ДБ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение); н. к. Иван Ангелов; ПП ГЕРБ; Мавроди Калейнски, кандидат за съветник от „ДБ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение); Стефан Стоянов, кандидат за съветник от ПП АТАКА; ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ; Иван Спирдонов, кандидат за съветник от ВЪЗРАЖДАНЕ; ПП БЪЛГАРСКИ СОЦИАЛДЕМОКРАТИ.

Не е установено наличието на безвъзмездни договори с политически субекти за отразяване на предизборната кампания.

Наблюдението в посочения период установи наличие на платени агитационни форми в програмата, включени в дневния информационен блок (Дневникът на Търновград) – обособени са отделни блокове, обозначени с „Местни избори 2019 г. – платена форма“.

Участие на политически субекти в платени агитационни форми

ПП/Коалиции	Клип	Хроника/ репортаж	Интервю	Други форми	Общо в секунди
Местна коалиция БСП ЗА БЪЛГАРИЯ (АБВ, Движение за радикална промяна Българската пролет, ПД Социалдемократи)	-	3035	840	1280	5155
ПП ГЕРБ	1120	2695	170	-	3985
Местна коалиция ВМРО – БНД	1680	1190	-	-	2870
„ДБ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение)	460	1695	105	-	2260
Българска демократична общност	-	385	-	-	385
ПП АТАКА	320	-	-	-	320
ВЪЗРАЖДАНЕ	280	-	-	-	280
ПП БЪЛГАРСКИ СОЦИАЛДЕМОКРАТИ	-	-	-	160	160

Наблюдението на предизборното съдържание в програмата не установи наличие на безплатно агитационно съдържание.

В наблюдавания период е регистрирано наличие на безплатно редакционно съдържание.

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: сигурност и борба с битовата престъпност; общинска инфраструктура и транспорт; местен бизнес; общински бюджет; екология и гражданско участие

В програмата е установено наличието на рекламни клипове от разяснителната кампания на ЦИК.

В периода на предизборния мониторинг беше регистрирано участието на мъжете и жените в политическите и експертни дебати. Регистрирани са 8 жени и 14 мъже, в това число влизат участията на политици и на експерти.

VI. ТЪРГОВСКИ ДОСТАВЧИЦИ НА МЕДИЙНИ УСЛУГИ

1. БТВ Медиа Груп ЕАД

1.1. Б ТВ



Предизборният мониторинг обхваща часовият пояс от 06.30 до 09.30 часа, от 17.00 до 20.00 часа и от 22.50 до 23.30 часа в делнични дни; от 08:00 до 11:00 часа и от 19:00 до 20:00 часа (събота и неделя) и от 17:00 до 19:00 часа (неделя).

Доставчикът на медийни услуги е оповестил условията и редът за предоставяне на време за отразяване на предизборната кампания, както и тарифите на своята интернет страница, където са публикувани договори на обща стойност 202 170.79 лв. без ДДС, със следните политически субекти: ПП ВМРО - Бълг. национално движение, ДБ – Обединение, ПП ГЕРБ, ИК за издигане на Мая Манолова, ПП АТАКА, МК Партия на Зелените (ВОЛЯ).

Наблюдението установи, че предизборната тематика в програмата е представена чрез дискусии и интервюта в предаванията „Тази сутрин“, „Лице в лице“, „120 минути“ и „Тази събота и неделя“, както и репортажи в емисиите Новини. Предизборното съдържание е обозначено с надписа „Местните 2019/Отново ти местиш“, то присъства като основна тема при дискусиите и при интервюта.

В програмата са регистрирани платени форми - рекламни клипове и репортажи. Рекламните клипове са ясно отделени в програмата със заставка „БТВ избори Платено съобщение“ в началото и в края. Репортажите са обозначени с надпис „платено“ в долния десен ъгъл на екрана. Посоченото съотношение в графиките отчита времетраенето в секунди.



Наблюдението установи наличие на безплатни редакционни форми – интервюта, дебати и репортажи.

Интервюта са позиционирани в предаванията „Тази сутрин“, „Лице в лице“, „Тази събота и неделя“ и в „120 минути“. В предаванията „Тази събота и неделя“ и „120 минути“ са излъчени интервюта на кандидати в кампанията, заедно с техните семейства. В наблюдавания период са регистрирани предизборни интервюта на участници в изборите - петдесет и седем, както и двадесет и

едно интервюта с експерти (политолози, социолози, антрополози и др.).



Наблюдението регистрира девет безплатни дебати, осем от тях са позиционирани в предаването „Тази сутрин“, с кандидат кметове на съответния град и се излъчват на живо от изнесено студио. Дебатът за град София се излъчва на всички Б ТВ платформи, във времето от 18:00 до 19:00 часа, преди емисията Новини. Дебатите са обозначени със заставка „Местните 2019/Отново ти местиш“. Кандидатите са поканени на базата на направено предварително социологическо проучване за първите четирима кандидати, с най-висок резултат. Темите на дебатите са: Проблеми и решения за града, Екология и чистота на въздуха, инфраструктура и проекти, финансиране и бюджет, образование, както и местни теми.

Първият дебат за Пловдив – 03.10.2019, участват четирима кандидати за кмет, по темите: Общински пари и евросредства, Екология и чистота на въздуха, Инфраструктура и проекти за града.

Вторият дебат за Благоевград - 04.10.2019, участват четирима кандидати за кмет на града, по темите: Екология и чистота на въздуха, финансиране, европроекти, инфраструктура - ремонти и местен проблем водопровода в града.

Третият дебат за Кърджали - 10.10.2019, участват трима кандидати за кмет на града по темите: Екология и чистота на въздуха, финансиране, задължения, инфраструктура.

Четвъртият дебат за Сливен – 11.10.2019, участват четирима кандидат кметове по темите: Екология и чистота на въздуха, инфраструктура - пътищата, образование, финансиране и проекти.

Петият дебат за Плевен – 17.10.2019, участват четирима кандидат кметове по темите: Екология и мръсен въздух, инфраструктура – ремонти, финансиране, проблемът със Спортната зала.

Шестият дебат за Русе – 18.10.2019, участват четирима кандидат кметове по темите: Екология и чистота на въздуха, инфраструктурни проекти - канализация, образование.

Седмият дебат за София – 22.10.2019, участват пет кандидат кметове по темите: Битката за София, проблеми и решения, екология и мръсен въздух, инфраструктура – ремонти и презастрояване, инфраструктура, проблемът с детските градини.

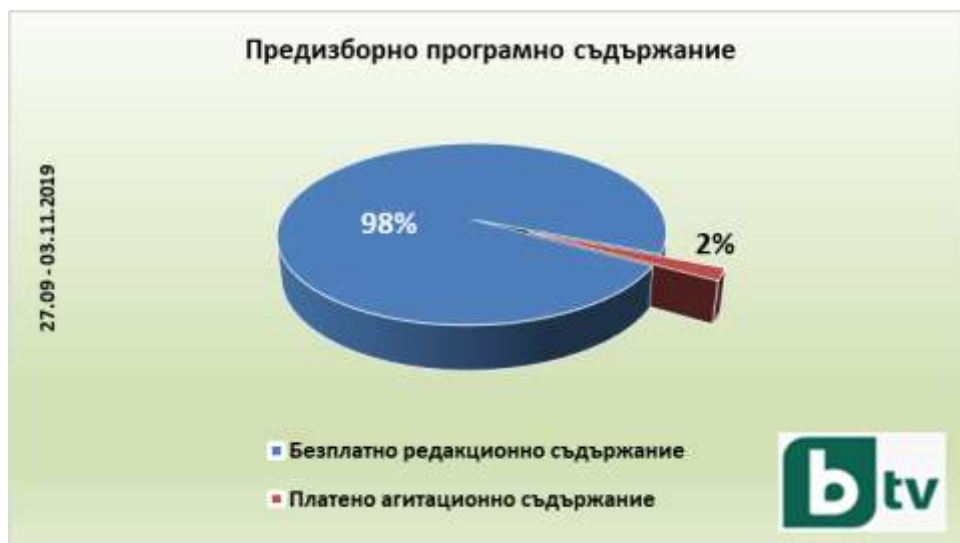
Осмият дебат за Велико Търново – 24.10.2019, участват четирима кандидат кметове по темите: Екология, чистота на въздуха, инфраструктурни проекти и инвестиции, общинско финансиране образование и културен туризъм.

Деветият дебат за Варна – 25.10.2019, участват четирима кандидат кметове по темите: Екология и чистота на въздуха, замърсяване, бюджет и финансиране, инфраструктура и в частност съдбата на Морската градина.

Наблюдението установи наличието на 83 броя безплатни репортажа, излъчени в емисиите Новини, които бяха обозначени в края със заставка: „Местните 2019/Отново ти местиш“. Репортажите са по теми, свързани с предизборната кампания на следните политически субекти: ПП ГЕРБ, ПП ВМРО

– БНД, Независим Мая Манолова, БСП за България, ВОЛЯ, ПП АТАКА, ДБ – Обединение.

Наблюдението отчита наличие на бесплатно редакционно съдържание във връзка с предизборната кампания – дебати, интервюта и репортажи.

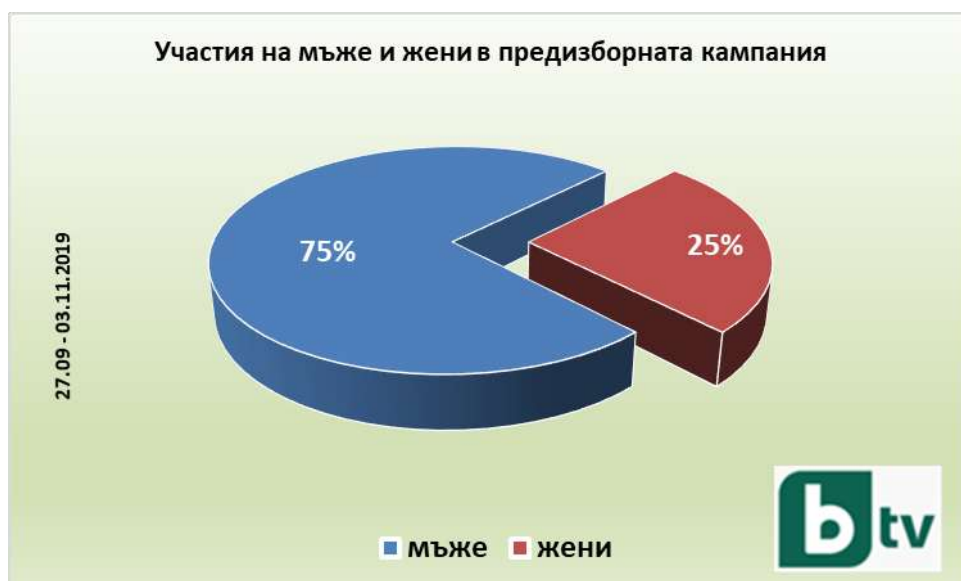


В наблюдавания период доминиращи теми в предизборната кампания са: Проблеми и решения за града/Битката за града, Екология и чистота на въздуха, Инфраструктура и инфраструктурни проекти, Финансиране, бюджет и Образование. В дебатите се коментират и местни теми, за които питат участниците и са проблеми само на този град (например: Морската градина, Спортната зала в Плевен и др.).

Наблюдението регистрира представяне на социологически изследвания в периода на предизборната кампания от три социологически агенции: Маркет Линкс, Барометър България и Сова Харис.

Изследванията на „Маркет Линкс“ са направени по поръчка и са финансирани на БТВ Медиа Груп ЕАД, за периода 21-24.09.2019 г. за градовете Благоевград, София и Пловдив, за периода 26.09-02.10.2019 за градовете Сливен и Кърджали, за периода 02-06.10.2019г. за градовете Плевен и Русе и за периода 04.10 - 07.10.2019г. за Варна и Велико Търново.

Регистрирано е участието на 85 мъже и 29 жени в предизборното медийно съдържание, като 70 мъже и 23 жени участват в качеството си на кандидати и политици, а 15 мъже и 6 жени участват в качеството си на експерти.



В наблюдавания период са регистрирани рекламни клипове от разяснителната кампания на ЦИК в рекламни блокове.

Наблюдението не регистрира наличие на жестомимичен превод в предизборното програмно съдържание, с изключение на разяснителния клип на ЦИК.

1.2. БТВ РАДИО/ bTV RADIO



Наблюдението на предизборното съдържание обхваща програмата в часовия пояс от 13:30 до 17:00 часа и от 18:00 до 19:00 часа (делнични дни).

Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифите. Публикувани са и шест договора във връзка с предизборната кампания на обща стойност 5 395.11 лв. без ДДС, със следните политически субекти: ПП ВМРО – БНД, КП БСП за България, ПП Свобода, ИК за издигане на Мая Манолова, ПП ГЕРБ, Партия Български Социалдемократи.

Предизборната тематика в програмата е представена чрез дискусии и интервюта в предаването „Важното, казано на глас“, а в предаването „За града“ има едно интервю и репортажи в емисии новини.

Наблюдението регистрира рекламни политически клипове (21 броя) като платени агитационни форми, отделени в програмата със сигнала „Платено отразяване на местни избори 2019“ в началото и в края, като присъства и излъчването на посланието в клиповете, че „Купуването и продаването на гласове е престъпление“. Излъчените рекламни клипове са: ПП ВМРО – Българско национално движение; БСП за България; ПП ГЕРБ; ПП Свобода; Независим ИК за издигане на Мая Манолова.

Наблюдението установи наличието на безплатни редакционни форми – интервюта, дебати и репортажи с продължителност от 13 310 секунди. Политическите интервюта са три броя, а седем интервюта са експертни. Те са позиционирани в предаването „Важното, казано на глас“.

Регистрирани са пет предизборни дебата. Доминиращи теми в тях са: Проблеми и решения за града, Екология и чистота на въздуха, инфраструктура и проекти, финансиране и бюджет, образование, както и местни теми.

Първи дебат – 30.09.2019, участват четирима кандидати за общински съветници на град София, по темата „Бъдещето на София, проблеми и решения“.

Втори дебат - 07.10.2019, участват трима кандидати за кмет на Русе, по темите: Екология, чистота на въздуха, инфраструктура - ремонти, демографски срив.

Трети дебат - 14.10.2019, участват двама кандидати за кмет на Велинград /други двама са отклонили поканата/, по темите: Проблеми и решения за Велинград, екология, чистота на въздуха, финансиране, задължения.

Четвърти дебат – 21.10.2019, участват трима кандидат кметове за Кърджали, по темите: Екология, чистота на въздуха, инфраструктура, образование и проблемът с бездомните кучета.

Пети дебат – 22.10.2019, участват петима кандидат кметове за София, по темите: Битката за София, проблеми и решения, екология и мръсен въздух, инфраструктура – ремонти и презастрояване, инфраструктура, проблемът с детските градини.

Репортажите, свързани с предизборната кампания, са относно темите за организиране на гласуването, както и новини между първия и втория тур на изборите.

Наблюдението не регистрира нарушение на ИК и ЗРТ.

2. Нова Броудкастинг Груп ЕООД



НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ

Наблюдението установи, че ДМУ е публикувал информация за тарифата и сключените договори във връзка с предизборната кампания, по смисъла на чл. 180 от Изборния кодекс. Общата стойност на договорите е 297 084,44 лв. без ДДС със следните политически субекти: Коалиция „БСП ЗА БЪЛГАРИЯ“, ПП ВМРО-БНД, ПП "ЗЕМЕДЕЛСКИ СЪЮЗ АЛЕКСАНДЪР СТАМБОЛИЙСКИ", ИК Мая Манолова, ПП АТАКА, ПП ГЕРБ (Местна коалиция ГЕРБ-СДС), Коалиция "ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ" – ОБЕДИНЕНИЕ, ПП АБВ (Алтернатива за българско възраждане). Няма безвъзмездни договори за предизборни агитационни материали, сключени от политически субекти (партии, коалиции и/или независими) с НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ.

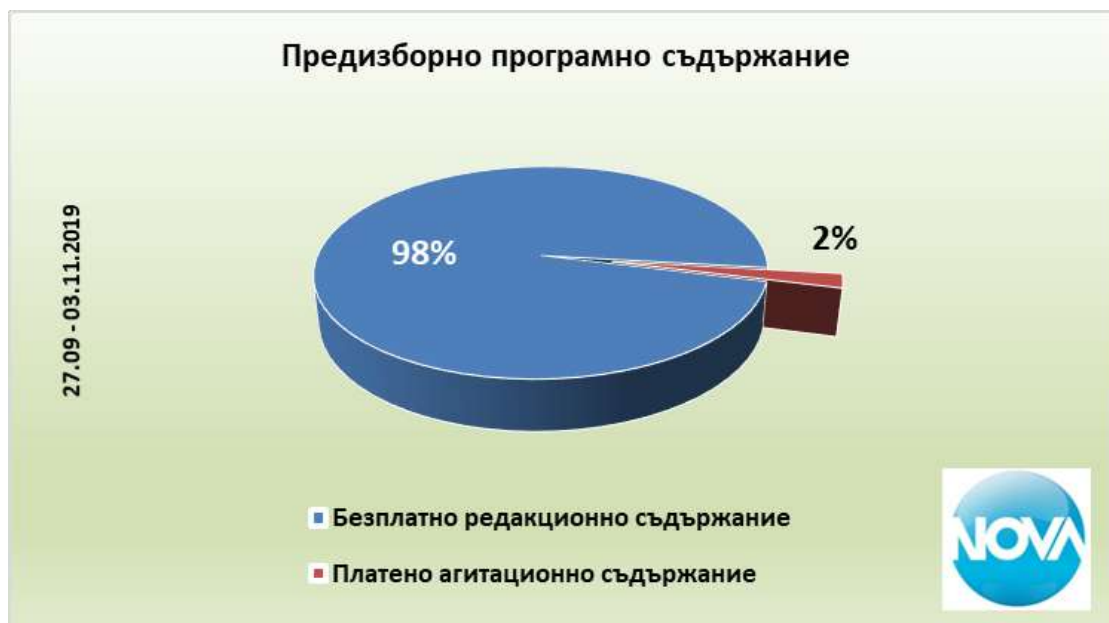
Създадена е специална рубрика в „Здравей, България“ и „Плюс – Минус“ – „Новите кметове“. В „Плюс – минус“ е организирано „турне“ из страната – „Плюс – Минус“ за вашия град“, където рубриката „Новите кметове“ носи подчертано регионален характер. В „Здравей, България“ през последните дни преди първия тур на предизборната кампания също е организирано „турне“ в по-важните градове на страната.

Наблюдението установи, че в програмата няма безплатни агитационни материали.

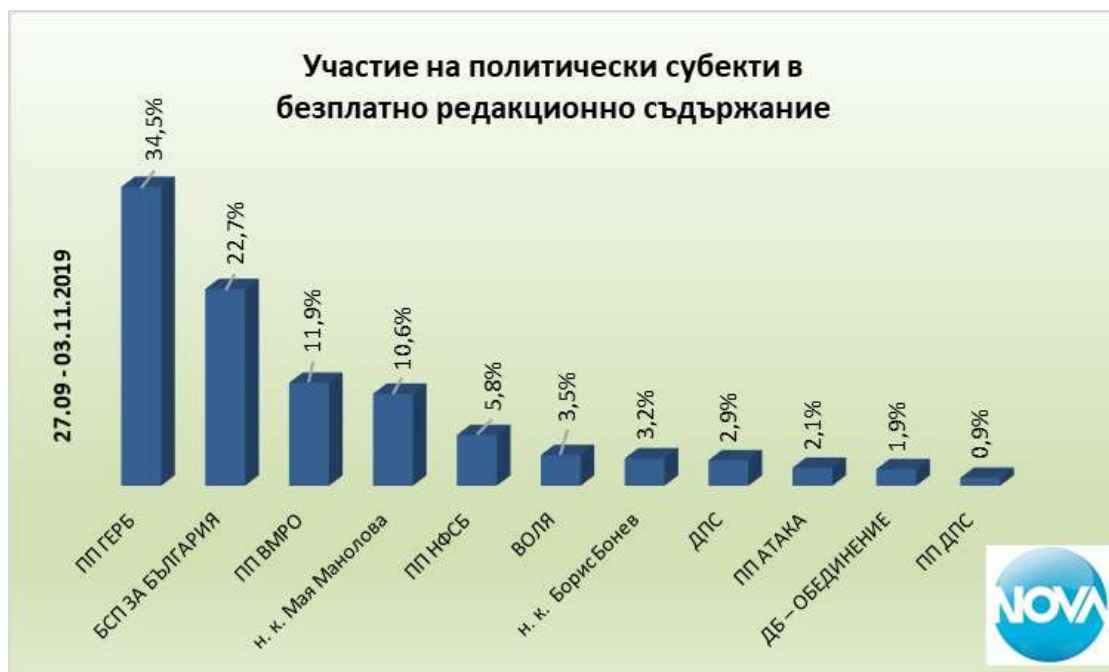
Платени агитационни материали има преди или след новините, както и в рекламните блокове на предаванията „Здравей, България“ и „Плюс – минус“. Платеното агитационно съдържание е регистрирано в репортажи, интервюта и рекламни клипове. Няма регистрирани платени дебати. Посоченото съотношение в графиките отчита времетраенето в секунди.



Наблюдението показва, че платеното агитационно съдържание е само два процента от общото предизборно програмно съдържание. Рекламните клипове се появяват след 16.10.2019 г. (в последните дни на кампанията). ГЕРБ почти отсъства от кампанията, като само преди балотажа (между 30.10 и 1.11.2019) са излъчени пет клипа в подкрепа на Йорданка Фандъкова.



Дискусиите са съсредоточени най-вече в актуално-публицистичните предавания „Здравей, България“ и „Плюс – Минус“. Въпреки че, ГЕРБ влагат много малко средства в платени агитационни форми, присъствието им в безплатните форми, включително диспутите, е много силно. Традиционно двете най-големи партии имат най-забележимо екранно присъствие. Прави впечатление, че двама независими кандидати също участват в дискусии – Спартански и Манолова, кандидати за кметове съответно на Плевен и София.

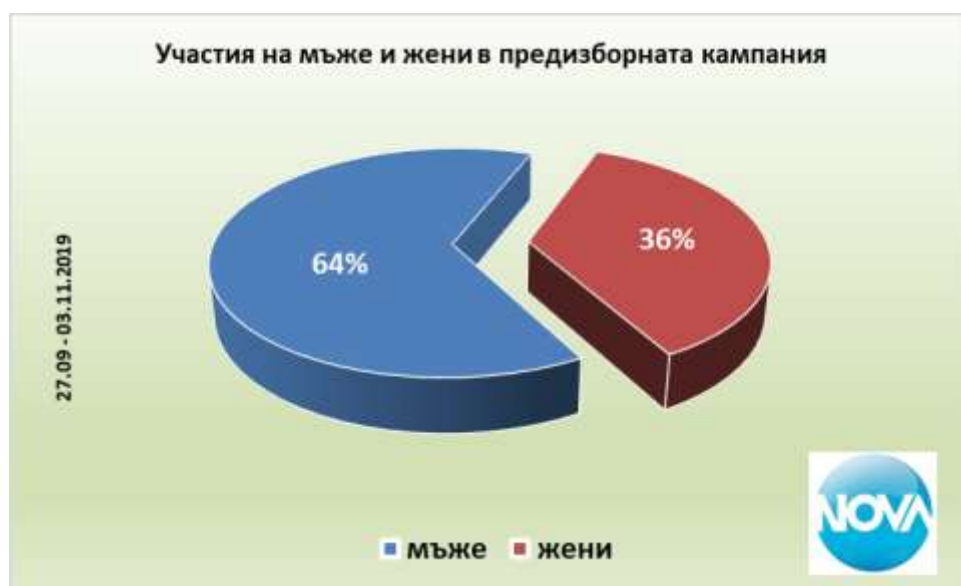


Темите са определени от проблемите на регионите. За големите градове това са въздухът, инфраструктурата, паркирането, презастрояването; за по-малките градове темите са проблемите с

трудова заетост, задържането на младите, социалните политики, финансирането на различни регионални проекти. В градовете от Северозападна България най-важните проблеми са за инфраструктурата – свързаност, инвестиции, трудови доходи, обезлюдяване, финансиране, европейски проекти, бюджети. За София, Пловдив и Варна темите са индустриалните зони, задръстванията, мръсният въздух, корупцията, бизнеса, доходите, придобивките за младите хора, трудово законодателство, съдебна система.

ДМУ има собствено поръчани социологически изследвания (социологически агенции Тренд и Галъп) и коректно съобщава за тях.

Регистрирано е участието на 166 мъже и 94 жени в предизборното медийно съдържание, като 67 мъже и 24 жени участват в качеството си на кандидати и политици, а 99 мъже и 70 жени участват в качеството си на експерти. Присъствието на жените е по-изявено в областта на експертната оценка.



Наблюдението не регистрира наличие на жестомимичен превод в предизборното програмно съдържание, с изключение на разяснителния клип на ЦИК.

3. RTE NET ООД



NOVA NEWS

Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифите. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 4 322.70 лв. без ДДС със следните политически субекти: Партия на зелените, ПП Движение България на гражданите, ВМРО-БНД, БСП.

Най-много средства за реклама е платила БСП за България, следвана от Партията на зелените, ПП Движение България на гражданите и ВМРО-БНД. Няма безвъзмездни договори за предизборни агитационни материали, сключени от политически субекти (партии, коалиции и/или независими) с НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ.

Наблюдението регистрира наличието на платени агитационни форми с участието на представители на следните политически субекти: ВМРО-БНД, БСП за България, Партия на зелените, ПП

Движение България на гражданите. Платените агитационни форми в програмата са само рекламни клипове.

Няма регистрирано безплатно агитационно съдържание.

Предизборният мониторинг отчита наличието на безплатно редакционно съдържание – дискусии, репортажи, интервюта. Безплатните дискусии са излъчени по дати и с участници, едновременно по NOVA NEWS и НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ.

Регистрирано е безплатно редакционно съдържание, включващо интервюта с политици, лидери на партии и претенденти за кметски места и места за общински съветници – общо 54 броя.

Регистрирани са интервюта с експерти и общественици – общо 164 броя, както и 302 репортажа.

Регистрирано е участието на 156 мъже и 93 жени в предизборното медийно съдържание.

Наблюдението не регистрира нарушение на ИК и ЗРТ.

4. Инвестор.бг АД

4.1. ТЕЛЕВИЗИОННА ПРОГРАМА BULGARIA ON AIR



Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифите. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 37 043,37 лв. без ДДС със следните политически субекти: ПП АБВ, ВМРО-БНД, ПП Атака, ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ, НФСБ.

Наблюдението регистрира наличие на агитационни материали в предаванията “България сутрин”, “Директно”, “Денят ON AIR” и “Опорни хора”.

Платените агитационни форми в телевизионната програма са репортаж/хроника и рекламни клипове – общо 49 броя. Хрониките са 17 броя (ПП Атака, ВМРО-БНД, Политическа партия АБВ, НФСБ, Местна Коалиция БСП за България и АБВ Заедно за Търговище, „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“), а рекламните клипове са 32 броя само на един политически субект - ВМРО-БНД.

Наблюдението не отчита наличие на безплатни агитационни форми.

Регистрирано е безплатно редакционно съдържание – 47 интервюта с представители на ГЕРБ, ВМРО-БНД, БСП за България, ПП СДС, Атака, коалиция АЛТЕРНАТИВАТА НА ГРАЖДАНИТЕ, „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение), Мая Божидарова Манолова-Найденова-независим, ДПС, Политическа партия АБВ, независим Борис Бориславов Бонев, ПП Воля, ПП Свобода и 5 репортажа за кампанията на БСП за България, ВМРО-БНД, ПП ГЕРБ, ПП МИР.

Наблюдението регистрира темите в предизборното съдържание на програмата - Борба с корупцията, Местно здравеопазване, Общинска инфраструктура и транспорт, Местен бизнес и инвестиции, Общински бюджет, Екология, Образование, Гражданско участие за по-ефективен контрол и прозрачност при управлението на общинската собственост и вземане на решения за развитието на града.

Регистрирано е участието на 72 мъже и 28 жени в предизборното медийно съдържание.

Наблюдението не регистрира наличие на жестомимичен превод в предизборното програмно съдържание, с изключение на разяснителния клип на ЦИК.

4.2. РАДИОПРОГРАМА BULGARIA ON AIR



Наблюдението в посочения период не установява наличие на тарифа и информация за сключени договори във връзка с предизборната кампания.

Регистрирани са безплатни редакционни материали в предаването България сутрин.

Регистрирано е безплатно редакционно съдържание – 17 интервюта с представители на ГЕРБ, БСП за България, ВМРО-БНД, Атака, Мая Божидарова Манолова-Найденова-независим, „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение), ДПС, независим Борис Бориславов Бонев, ПП Воля, ПП СДС и 5 репортажа за кампанията на БСП за България, ВМРО-БНД, ПП ГЕРБ и ПП МИР.

Наблюдението регистрира темите в предизборното съдържание на програмата - Борба с корупцията, Местно здравеопазване, Общинска инфраструктура и транспорт, Местен бизнес и инвестиции, Общински бюджет, Екология, Образование, Гражданско участие за по-ефективен контрол и прозрачност при управлението на общинската собственост и вземане на решения за развитието на града.

Регистрирано е участието на 27 мъже и 14 жени в предизборното медийно съдържание.

В програмата е установено наличието на рекламни клипове от разяснителната кампания на ЦИК.

5. Скат ООД – телевизионна програма СКАТ



Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифите. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 37 920.00 лв. без ДДС със следните политически субекти: ПП НФСБ, ПП Средна Европейска класа, ИК на Георг Спартански, независим кмет на Плевен.

Наблюдението констатира наличието на предизборна кампания в полза на една партия – НФСБ, , както и на нейните коалиционни партньори по места за предстоящите избори – БДС Радикали (за изборите в София), или на коалицията НФСБ – ВМРО, която подкрепи Славчо Атанасов за кмет на Пловдив. Кандидатите за кметове и общински съветници на НФСБ в страната обичайно бяха в коалиция с БЗНС, както и със АБВ, Земеделски съюз „Александър Стамболийски“ и ЗНС.

В наблюдавания период не са провеждани предизборни дебати. Изцяло с платено предизборно съдържание са предаванията „Дискусионно студио“, което се излъчва в програмата всеки делничен ден от 20.00 до 21.00 часа и „Алтернативи“ - в неделя от 20:00 до 21:00 часа. С платено предизборно съдържание са и някои от предаванията „Паралакс“ - сряда от 21:00 ч. и в събота от 17:45 часа. С платено съдържание бяха и някои от предаванията за земеделие „Нови хоризонти“ - във вторник от 21:00 часа. Участниците в платените предавания бяха са само кандидат-кметове и кандидати за общински съветници от НФСБ и техни коалиционни партньори по места.

Наблюдението регистрира наличието на 633 броя кратки платени предизборни хроники, които се излъчваха след новинарските емисии. Предизборните материали са отделени от останалите програмни елементи със заставка „Местни избори 2019“ и са обозначени като платено съдържание.

Регистрирани са 33 платени интервюта, както и 35 броя платени агитационни клипове (от тях осем броя са на ПП Средна Европейска класа.

Предизборният мониторинг регистрира бесплатно редакционно съдържание в новинарските емисии, в които се изнасяха сигнали за едни или други нарушения в хода на кампанията. В безплатното съдържание бяха включени и публицистични предавания, в които се анализираха резултатите от вота на избирателите на 27 октомври.

Наблюдението регистрира темите в предизборното съдържание на програмата - повишаване на сигурността и за изкореняване на престъпността в малките населени места, както и мерки за разкриване на нови работни места и привличане на инвестиции, подкрепа и насърчаване на малкия и среден бизнес, решително подобряване на инфраструктурата - в това число и подмяна на водопроводи и осигуряване на канализация в населените места, където такава все още липсва, извършване на неотложни ремонти на улици и тротоари, разкриване на нови детски градини.

В наблюдавания период беше установено наличието на негативно говорене за други участници в изборите, като в неблагоприятна светлина се представяше ДПС, както и конкретни участници в изборите (кандидат кмет на столицата арх. Борислав Игнатов от „Демократична България“).

Наблюдението констатира участието на кандидат за общински съветник на НФСБ в град Варна Георги Александров като водещ на предизборното предаване „Паралакс“ на 23 октомври 2019 г. по време на което той представи кандидат-кметовете на Шабла, Аврен и Дългопол от НФСБ. Въпросното предаване бе от платените форми на агитация. Местната коалиция НФСБ (НФСБ, БЗНС) регистрира журналиста от СКАТ Доброслав Иванов като кандидат за кмет на Сливен в ОИК. Той е и водач на листата за общински съветници. Като кандидат за общински съветник в град Стара Загора и водач на листата на НФСБ беше регистрирана журналистката от телевизия Скат Надя Лилова.

В програмата е установено наличието на рекламни клипове от разяснителната кампания на ЦИК.

6. Елит Медиа България ЕООД – телевизионна програма КАНАЛ 3



Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифите. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 143 617.00 лв. без ДДС със следните политически субекти: ДПС, ПП Воля, ПП АБВ, ПП ГЕРБ, ПП ВМРО-БНД, БСП, ПП Възраждане, Александър Ваклин, ПП НФСБ.

Наблюдението регистрира наличието на бесплатно редакционно съдържание (интервюта и репортажи) в предаванията Денят на живо с Наделина Анева, Патарински Live, Беновска пита, Офанзива с Любо Огнянов. Жанровите форми при безплатното редакционно съдържание са: интервю (110 броя), дискусия (14 броя), репортаж (129 броя), друга форма (45 броя).

Платено агитационно съдържание бе регистрирано в предаванията Патарински Live, Беновска пита и Офанзива с Любо Огнянов (интервюта), както и наличието на хроника/репортаж (50 броя), рекламни клипове (35 броя), визитки на кандидатите (6 броя). Бяха отчетени обемите платено агитационно съдържание по политически субекти в низходящ ред, както следва: ДПС - НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ ЗА ПРАВА И СВОБОДИ, ВМРО-БНД, ПП ГЕРБ – СДС, БСП за България, Александър Ваклин (независим кандидат за общински съветник гр. София), ВЪЗРАЖДАНЕ, ВОЛЯ.

Партия, Коалиция, Инициативен комитет	Хроника/р епортаж	Интервю	Рекламни клипове	друга форма (представяне на кандидати, откриване на кампания, закриване на кампания)	Общо в секунди
ДПС	18623	937	не	не	19560
ВМРО-БНД	3891	9666	358	2187	16102
ПП ГЕРБ – СДС	535	1043	360	5669	7607
БСП	302	не	300	1057	1659
Александър Вақлин	не	723	не	не	723
ВЪЗРАЖДАНЕ	не	720	не	не	720
ВОЛЯ	458	не	не	не	458

Наблюдението регистрира темите в предизборното съдържание на програмата - Избори и платформи – кметската надпревара в столичните райони, Изборни страсти – посланията, Има ли решение за София, Местно здравеопазване, Приоритети (детските градини, инфраструктура, транспорт, саниране, инвестиции).

Регистрирано е участието на 108 мъже и 46 жени в предизборното медийно съдържание. В програмата няма установено наличието на жестомимичен превод.

7. Телевизия Европа АД

7.1. ТЕЛЕВИЗИЯ ЕВРОПА



Наблюдението установи, че ДМУ е публикувал информация за тарифата и сключените договори във връзка с предизборната кампания, по смисъла на чл. 180 от Изборния кодекс. Общата стойност на договорите е 51 002,00 лв. без ДДС със следните политически субекти: ПП АТАКА, ПП ВМРО – БНД, ПП ГЕРБ, ПП АБВ, Градски съвет на БСП – София, ИК за издигане на НК Радослав Каратанчев.

Наблюдението обхваща следните часови пояси: делнични дни от 07:00 ч. до 11:00 ч., от 18:00 ч. – до 21:00 ч.; Събота – от 07:30 ч. до 12:00 ч., от 18:00 ч. до 20:40 ч., от 21:30 ч. до 22.10 ч.; Неделя от 20:00 ч. до 22:20 ч. Програмата е политематична и се отличава с голям брой новинарски емисии – до 40 дневно.

Основните агитационни форми в предизборната кампания са хроники, репортажи и интервюта. Не е установено наличието на жестомимичен превод, но голяма част от телевизионното съдържание (теми, участници и новини) се изписват на крол, което ги прави достъпни за хора с увреден слух. Доминираща роля имат безплатните форми като времетраене.

Предизборното съдържание е програмирано във всички актуално-публицистични предавания. Платеното съдържание е обозначено и с надпис „платено съдържание“. Платени дебати няма.

Платено предизборно съдържание, времетраене в секунди	интервю	хроники
АБВ	700	1120
ВМРО	1020	760

ПП АТАКА	6210	720
БСП	2240	340
МЕНСА България	240	-

Безплатните агитационни форми, времетраене в секунди	интервю	репортаж
АБВ	-	240
ПП „Възраждане“	660	-
ПП ГЕРБ	6020	710
„Глас народен“	400	-

В наблюдавания период доминиращи теми в предизборната кампания са: Коментар на резултатите и критика на БСП; За кого ще гласуват симпатизантите на „десните“; За явната доминация на ГЕРБ; Кой ще бъде начело на столицата; София отвъд изборите; До колко проучванията могат да повлияят на избора; Защо е решаваща кампанията; София пред избор; За киберсигурността на изборите; Има ли противоречия при избирателите.

В периода на балотажа в програмата присъстват само агитационни материали на ПП ГЕРБ/СДС. Експертното участие в периода е под форма на интервюта в предаванията: „Европа сутрин“; „Свободна зона“ и „Темите“.

В програмата е установено наличието на рекламни клипове от разяснителната кампания на ЦИК.

Наблюдението не регистрира нарушение на ИК и ЗРТ.

7.2. РАДИО ЕВРОПА - НОВИНИТЕ СЕГА

Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикуван е един договор с ПП ВМРО-БНД във връзка с предизборната кампания на обща стойност 1 088.64 лв. без ДДС:

В програмата се излъчват информационните емисии и предавания на „ТЕЛЕВИЗИЯ ЕВРОПА“.

8. Вижън Лаб ЕООД – телевизионна програма БЪЛГАРИЯ 24



Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифите. Публикуван е договор с един участник в кампанията - ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ на обща стойност 20 00.00 лв. без ДДС.

Наблюдението регистрира предизборно съдържание в предаванията “Точка на кипене”, „В мрежата”, „Гореща тема”, „Водещи новини” и рубриката „Местни избори 2019”.

Регистрирани са и безплатни редакционни форми – интервюта и репортажи. Общият брой е 71, като репортажите са 33 броя, а интервюта са 31 броя.

Наблюдението регистрира темите в предизборното съдържание на програмата - Справянето с ромските гета, засиленото полицейско присъствие, липсата на осветление по кварталите, липсата на работни места и детски градини.

Регистрирано е участието на 62 мъже и 11 жени в предизборното медийно съдържание.

В програмата няма установено наличието на жестомимичен превод.

Наблюдението не регистрира нарушение на ИК и ЗРТ.

9. Телевизия Евроком ООД – ЕВРОКОМ



Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифите. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 70 025.00 лв. без ДДС със следните политически субекти: ПП „Възраждане“, КП „БСП за България“, КП „Ние, гражданите“, КП „Движение Заедно за промяната“, ПП „Атака“, ИК „Радослав Стоилов Каратанчев“, КП „Ние, гражданите“, КП „Движение България на гражданите“, ПП „Средна Европейска класа“, КП „БСП за България“ – Карнобат, ИК „За Георг Спартански“, ПП „Ред законност и сигурност“.

Публикувани безвъзмездни договори за отразяване на участниците в предизборната кампания:

- КП „Алтернатива на гражданите“
- ПП „Възраждане“
- КП „БСП за България“
- КП „Движение заедно за промяната“
- КП „Ние, гражданите“
- ПП „Християндемократическа партия“
- ПП „Ред законност и сигурност“
- ПП "Демократична България - обединение"
- ИК „Радослав Стоилов Каратанчев“
- ИК "Николай Веселинов Веселинов"
- КП" Демократична България -обединение"
- ПП „Атака“
- КП „Движение България на гражданите“
- Мая Божидарова Манолова-Найденова, независима, подкрепена от БСП
- ПП "Демократична България"
- ПП „Съюз на свободните демократи“
- ПП „Партия на зелените“
- ПП „БЗНС“
- ПП „Българско национално обединение“

Обхватът на наблюдението включва предаванията: “Премълчани истини”, “Седмичник с Владо Берану”, “Политика и спорт”, “Бареков и Байректаров –без цензура”, “Шоуто на Мавриков”, “Делници”, “Заедно за промяната”, “България на живо”, “Новини”, „Честно казано“ и „Евродикоф“.

Наблюдението отчита отразяването на кампанията с безплатни агитационни форми, като интервюта (64 броя), репортажи (2 броя) и един дебат.

Наблюдението отчита отразяването на кампанията с платени агитационни форми - интервюта (70 броя), репортажи (7 броя), един дебат и рекламни клипове (30 броя).

Мониторингът по време на предизборната кампания установи наличие на предавания в програмата, които са с водещи кандидати за кметове и общински съветници. Минчо Христов беше водещ на предаването „Премълчани истини“, като в същото време беше кандидат за кмет на град София, издигнат от ИК „Алтернатива на гражданите“. Водещият на предаването „България на живо“ Иво Божков заедно с това беше и кандидат за общински съветник в листата на ПП Демократична България

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: Благосъстояние и икономика. Политика на доходите. Как да върнем младите – образование, високи заплати. Идват ли млади кандидати за кметове? Бедност. Финанси. Бюджет и данъци. Корупция и

сигурност. Селско стопанство – субсидии, за по-справедливото им разпределение. Обявяване на листите на кандидатите за Местни избори 2019г. Приоритети на кандидатите. Какво се очаква от тези избори. Здравеопазване и социална политика. Ще има ли балотажи. Защо подкрепяте М. Манолова. Екология.

Регистрирано е участието на 119 мъже и 25 жени в предизборното медийно съдържание.

Наблюдението не регистрира наличие на жестомимичен превод в предизборното програмно съдържание, с изключение на разяснителния клип на ЦИК.

Наблюдението не регистрира нарушение на ИК и ЗРТ.

10. ПП Атака/Фондация Алфа 2018 – АЛФА ТВ



До средата на предизборната кампания доставчик на медийната услуга АЛФА ТВ е политическата партия Атака, след което телевизионната програма се създава и предоставя за разпространение от Фондация АЛФА 2018. Фондацията публикува информация, че не предоставя време за платено отразяване на предизборна кампания. Публикуван е само един безвъзмезден договор за отразяване на предизборната кампания на ПП Атака.

Наблюдението регистрира наличие на предизборно агитационно съдържание в публицистичното предаване „Волен казва“, което се излъчва всеки делничен ден. Обособена е предизборна хроника „Местни избори 27 октомври 2019“ с репортажи и клипове, която се излъчва многократно в рамките на деня.

Във всички публицистични и информационни предавания е регистрирано безплатно агитационно съдържание - сутрешния блок „Добро утро, българи“, „На жълтите павета“, „Новините в 12“, „Държавата днес“, „Неделник с Волен Сидеров“, „В околото на бурята“.

Прави впечатление, че кампанията на ПП Атака е предимно негативна - от 27 броя агитационни форми, 25 са срещу кандидата за кмет на град София Ангел Джамбазки, останалите две са срещу кандидат кметовете на ВМРО в гр. Балчик Атанас Атанасов и гр. Пещера Николай Пенев.

Наблюдението на предизборното съдържание установи, че водещият на предаването „Неделник с Волен Сидеров“, Станислав Цанов е кандидат за общински съветник в град София. По време на цялата кампания той е водещ на две предавания – „Неделник с Волен Сидеров“ (всяка неделя от 17.00 часа) и „Волен казва“ (всеки делничен ден). Репортерът на Алфа Тв Николай Караколев беше кандидат за общински съветник в град Варна. Наблюдението установи, че липсва агитационно съдържание между първия и втория тур на местните избори.

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: сигурност и борба с битовата престъпност, общинска инфраструктура и транспорт, борба с корупцията, общински бюджет, забрана на гей-парадите в София.

Наблюдението не регистрира наличие на жестомимичен превод в предизборното програмно съдържание, с изключение на разяснителния клип на ЦИК.

11. Българска свободна медия ЕООД

Българска свободна телевизия – БСТВ



Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифа. Публикувани са възмездни и безвъзмездни договори с БСП за България (5 000 лв. без ДДС), ИК за издигане на Мая Манолова-Найденова (2 500 лв. без ДДС). Общата стойност на договорите във връзка с предизборната кампания е 7 500 лв. без ДДС.

Наблюдението обхваща предаванията „Местно време в българските общини“, „България се събужда“, „Студио икономика“, „Лява Политика“, „В обектива“, „Актуално“, „Дискусионен клуб“ и новини.

Мониторингът регистрира наличие на платени форми единствено в рекламни клипове.

Регистрирани са безплатни редакционни и агитационни форми – интервюта (69 броя) и репортажи (69 броя).

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: Спешната нужда от подобряване инфраструктурата, липсата на работни места, детски градини, както и за малките градове нуждата от нови инвестиционни проекти.

Регистрирано е участието на 160 мъже и 65 жени в предизборното медийно съдържание.

Наблюдението не регистрира наличие на жестомимичен превод в предизборното програмно съдържание, с изключение на разяснителния клип на ЦИК.

Наблюдението не регистрира нарушение на ИК и ЗРТ.

12. ТВВ ООД – ТВВ



Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифите. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 21 440.00 лв. без ДДС със следните политически субекти: ПП ГЕРБ, СДС, ПП Атака, ПП ВМРО БНД, Демократична България – Обединение, БСП за България.

Наблюдението на предизборната кампания установи наличието на платени агитационни форми в програмата – хроника, интервю и клип. Регистрирани са 37 предизборни форми с обща продължителност 17 880 сек. с участието на представители на следните политически субекти: СДС, ПП ГЕРБ, ПП ВМРО БНД, ПП Атака, БСП за България, Демократична България – обединение.

Безплатни агитационни форми не са регистрирани.

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: общински бюджет, корупция, битова престъпност, инфраструктура и транспорт, социални услуги, здравеопазване, образование, европроекти, екология, култура и гражданско участие в процесите на вземане на решения.

Регистрирано е участието на 13 мъже и 3 жени в предизборното медийно съдържание.

Наблюдението не регистрира наличие на жестомимичен превод в предизборното програмно съдържание.

Наблюдението не регистрира нарушение на ИК и ЗРТ.

13. Стурт ЕООД – телевизионна програма ДАРТС



Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифите. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 1 300.00 лв. без ДДС със следните политически субекти: Демократична България -Обединение, МК „Партия на Зелените (Воля), ИК Румен Томов, ПП ГЕРБ.

Публикувани са и двадесет и един безвъзмездни договори за отразяване на предизборната кампания.

Платени участия на политически субекти	общо секунди
ИК Румен Томов	480
МК „Партия на Зелените (Воля)“	360
Демократична България –Обединение	140
МК ГЕРБ	100

Наблюдението регистрира наличието на безплатни агитационни форми.

Безплатни агитационни форми	общо секунди
БСП за България	880
БЪЛГАРСКА СОЦИАЛДЕМОКРАТИЧЕСКА ПАРТИЯ	840
МК ЕНП	840
ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ	840
ПП ГЕРБ	740
Земеделски съюз „Ал. Стамболийски“	720
МК БСП и Възраждане (ПЕТРИЧ)	720
ИК Румен Георгиев Томов	720
МК -ЕНП (ЕНП-СДС-БДО)	700
ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ (ПЕТРИЧ)	660
ПП МИР	600
РЕД, ЗАКОННОСТ И СПРАВЕДЛИВОСТ	600
„ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение)	570
ПП ГЕРБ	560
ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ	540
ПП МИР	480
БСП за България	480
ПП Глас Народен	420
НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ	410

ПП БЗНС	320
ПП СВОБОДА	240

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: общински бюджет; корупция; битова престъпност; инфраструктура и транспорт; социални услуги; здравеопазване; образование.

Регистрирано е участието на 18 мъже и 3 жени в предизборното медийно съдържание.

Наблюдението не регистрира наличие на жестомимичен превод в предизборното програмно съдържание.

Наблюдението не регистрира нарушение на ИК и ЗРТ.

14. Евроком - Царевец ООД – телевизионна програма ЕВРОКОМ ЦАРЕВЕЦ



Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 4 310.00 лв. без ДДС със следните политически субекти: БСП ЗА БЪЛГАРИЯ (АБВ, ДВИЖЕНИЕ 21), ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ, Коалиция АЛТЕРНАТИВАТА НА ГРАЖДАНИТЕ и ПП ГЕРБ.

Публикуван е и един безвъзмезден договор за отразяване на предизборната кампания с ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ.

Наблюдението установи наличието на платени агитационни материали в сутрешния блок „Прозорец към деня“, както и преди новините „Метроном“ в 18:50 ч. Обособени са в отделни блокове, обозначени със каш „Местни избори 2019 г. – платена форма“.

Участие в платено съдържание на политически субекти (секунди)					
ПП/Коалиции	клипове	хроники	интервюта	Други форми (декларация)	Общо секунди
ПП ГЕРБ	140	1260	1155	-	2555
ПП ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ	1480	470	-	-	1950
Местна коалиция БСП ЗА БЪЛГАРИЯ (АБВ, ДВИЖЕНИЕ 21)	-	360	900	-	1260
Коалиция АЛТЕРНАТИВАТА НА ГРАЖДАНИТЕ	-	355	-	-	355
партия БЪЛГАРСКИ СОЦИАЛДЕМОКРАТИ	-	-	-	160	160

Няма констатирани безплатни редакционни форми в предизборното съдържание.

Регистрирано е участието на 9 мъже и 3 жени в предизборното медийно съдържание.

Наблюдението не регистрира наличие на жестомимичен превод в предизборното програмно съдържание.

Наблюдението не регистрира нарушение на ИК и ЗРТ.

15. Кис ООД – телевизионна програма КИС13



Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 8 998.00 лв. без ДДС със следните политически субекта: Местна коалиция БСП ЗА БЪЛГАРИЯ (АБВ, Движение за радикална промяна Българската пролет, ПД Социалдемократи), Местна коалиция ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ (НФСБ) и ПП ГЕРБ.

Наблюдението не установи наличието на безплатни редакционни форми в програмата.

Платените агитационни форми са позиционирани след новините в 18:45 ч. и в 19:45 ч. Обособени са в отделни блокове, обозначени с каш „Местни избори 2019 г. – платена форма”.

Участие в платено съдържание на политически субекти (секунди)			
ПП/Коалиции	Клипове	Хроники/ репортажи	общо
Местна коалиция БСП ЗА БЪЛГАРИЯ (АБВ, Движение за радикална промяна Българската пролет, ПД Социалдемократи)	360	660	1020
Местна коалиция ВМРО – БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО ДВИЖЕНИЕ (НФСБ)	300	300	600
ПП ГЕРБ	-	60	60

Регистрирано е участието на 7 мъже и 3 жени в предизборното медийно съдържание.

Наблюдението не регистрира наличие на жестомимичен превод в предизборното програмно съдържание.

Наблюдението не регистрира нарушение на ИК и ЗРТ.

16. Сат ТВ ООД – Пловдивска Телевизия Тракия



Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифите. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 21 260.00 лв. без ДДС със следните политически субекти: НАЦИОНАЛЕН ФРОНТ ЗА СПАСЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ, КОАЛИЦИЯ КАУЗА ПЛОВДИВ, „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение), СЪЮЗ ЗА ПЛОВДИВ, БСП ЗА БЪЛГАРИЯ, ПП ГЕРБ, ВОЛЯ, Земеделски съюз „Ал. Стамболийски“, Християндемократическа партия на България, ВЪЗРАЖДАНЕ, ПОЛИТИЧЕСКА ПАРТИЯ СЪЮЗ НА ДЕМОКРАТИЧНИТЕ СИЛИ, ПП ОБЕДИНЕНА СОЦИАЛДЕМОКРАЦИЯ, ПП СВОБОДА.

Наблюдението установи наличието на предавания за изборите – „Открито студио” и „Акценти”.

Няма регистрирани безплатни агитационни форми в програмата.

Платените агитационни форми са позиционирани в посочените две предавания, както и след новинарските емисии или между отделните предавания. Има специални заставки и кашове: „Избори 2019“, „Следва платено съдържание“ и „Платена форма“, както и „Купуването и продаването на гласове е престъпление!“

КЛИПОВЕ

Политически субект	Секунди
БСП ЗА БЪЛГАРИЯ	1050
Земеделски съюз „Ал. Стамболийски“	810
СЪЮЗ ЗА ПЛОВДИВ	580

ХРОНИКИ/РЕПОРТАЖИ

Политически субект	Секунди
КОАЛИЦИЯ КАУЗА ПЛОВДИВ	5640
БСП ЗА БЪЛГАРИЯ	3600

ИНТЕРВЮТА

Политически субект	Секунди
ПП ГЕРБ	65100
Земеделски съюз „Ал. Стамболийски“	55020
ВОЛЯ	45600
СЪЮЗ ЗА ПЛОВДИВ	27480
БСП ЗА БЪЛГАРИЯ	25920
ПП СВОБОДА	14700
ВЪЗРАЖДАНЕ	14520
КОАЛИЦИЯ КАУЗА ПЛОВДИВ	12600
„ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение)	10200
Местна коалиция „НФСБ (ВМРО-БНД)	9600
ПП ОБЕДИНЕНА СОЦИАЛДЕМОКРАЦИЯ	5160
Християндемократическа партия на България	3840
ПОЛИТИЧЕСКА ПАРТИЯ СЪЮЗ НА ДЕМОКРАТИЧНИТЕ СИЛИ	3240

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: Борба с корупцията; Общинска инфраструктура и транспорт; Местно здравеопазване; Местен бизнес; Общински бюджет; Екология; Образование; Взаимодействие местна-централна власт; Култура.

Регистрирано е участието на 35 мъже и 8 жени в предизборното медийно съдържание.

Наблюдението не регистрира наличие на жестомимичен превод в предизборното програмно съдържание.

Наблюдението не регистрира нарушение на ИК и ЗРТ.

17. Дарик Радио АД – ДАРИК РАДИО БЪЛГАРИЯ



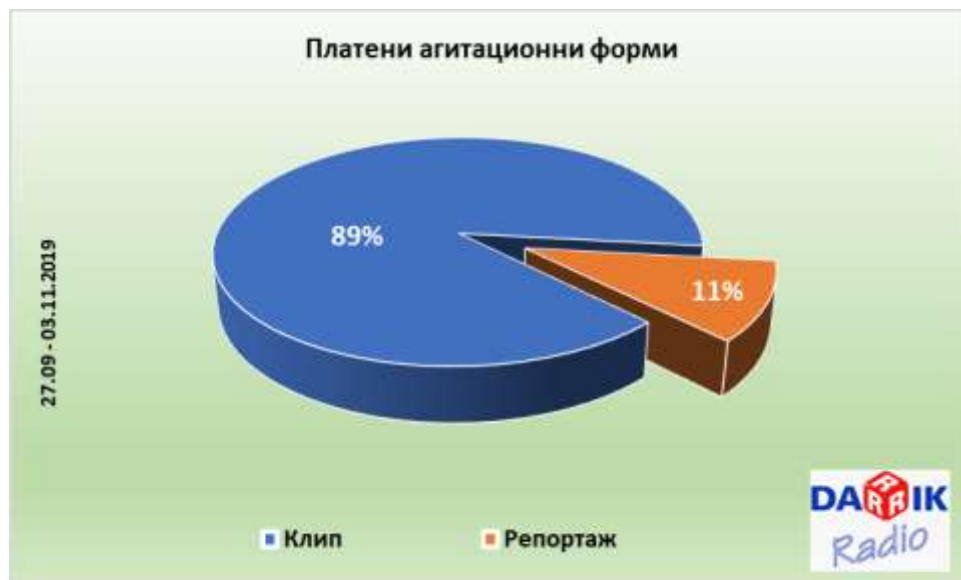
Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 105 101.16 лв. без ДДС със следните политически субекти: БСП ЗА БЪЛГАРИЯ, ВМРО – БНД, ПП ГЕРБ и МК, АБВ и МК, БЗНС и МК, ПП БЪЛГАРСКИ СОЦИАЛДЕМОКРАТИ, ПП БНД, ПП ВЪЗРАЖДАНЕ, ПП ДБГ и МК, ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ, ПП ДПС, ПП ЗЕМЕДЕЛСКИ СЪЮЗ АЛЕКСАНДЪР СТАМБОЛИЙСКИ, ПП НФСБ и МК, ПП СДС и МК, СЪЮЗ ЗА ПЛОВДИВ. СЕДЕМ НЕЗАВИСИМИ КАНДИДАТА (Георг Леонидов Спартански ИК – Плевен, Георги Иванов Славов ИК – Ямбол, Григор Асенов Григоров ИК – Варна, Здравко Милев ИК – Кюстендил, Мая Манолова-Найденова ИК – София, Мирослав Семов Семов ИК – Дряново, Николай Димитров независим ИК – Несебър).

Наблюдението на предизборната кампания в програмата обхваща часовия пояс от 6:30 до 12:00 часа и от 18:00 до 20:00 часа в делнични дни; от 10:00 до 17:00 часа в събота и неделя.

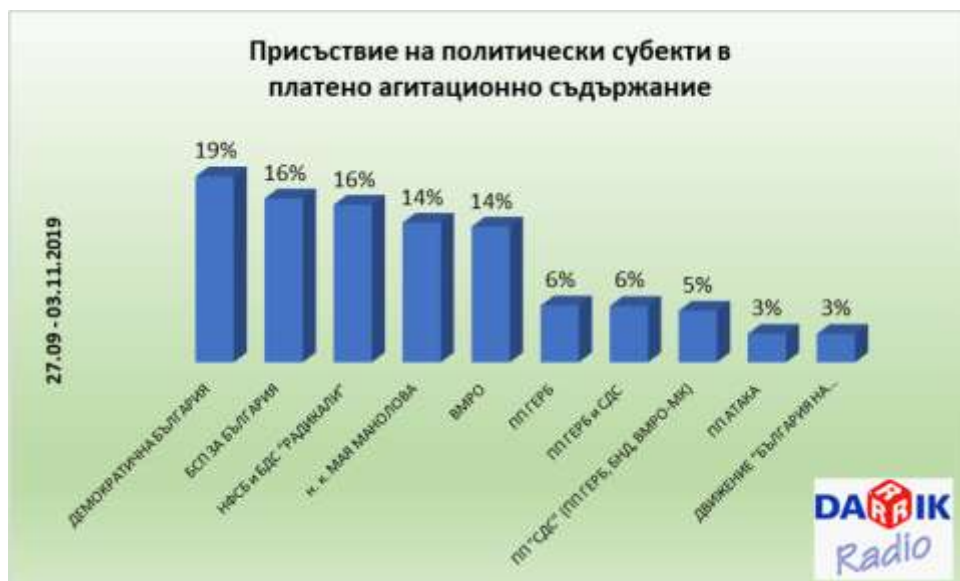
Мониторингът отчете преобладаващи безплатни редакционни форми, позиционирани основно в предаванията „Седмицата“, „Денят на Дарик“ и „Кой говори?“.

Платеното агитационно съдържание в програмата е предимно рекламни клипове, които са обозначени със звуков сигнал „Европейски избори 2019“ „Купуването и продаването на гласове е престъпление“, „Платени материали“. Излъчват се след информационната емисия Новини, както и в предаванията „Дарик кафе“, „Гонг“, „Денят“, Следобедният блок.

Наблюдението регистрира наличието на 298 платени агитационни форми – клипове и репортажи.



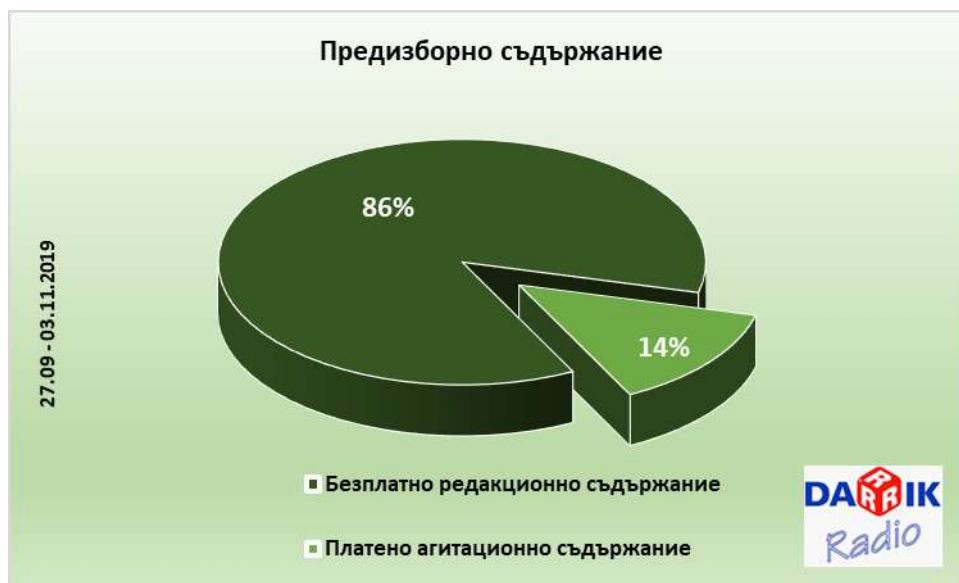
В наблюдаваната програма най-голямо е присъствието на Демократична България (19%), следвана от БСП за България (16%) и НФСБ (16%). В платеното агитационно съдържание ПП ГЕРБ присъства с 12%, а ПП АТАКА с 3%.



Наблюдението констатира наличието на безплатни редакционни форми, които са позиционирани в предаванията „Седмицата“, „Кой говори“, „Реактивно“ и „Денят“ – интервю, дискусия, репортаж.



Безплатното редакционно съдържание, регистрирано по време на наблюдението, представлява по-голямата част от общото предизборно съдържание в програмата.



Участие на експерти (социолози, политолози) в безплатно редакционно съдържание

Предаване	Експерти, социолози, политолози	Интервю в секунди	Дискусия в секунди
„Кой говори“	Георги Медаров -социолог		360
	Теодора Йовчева - политолог		360
	Арман Бабикиан – пиар експерт		2222
	Мила Минева - социолог		
	Александър Андреев – говорител на ЦИК	1159	
	Ружа Смилова и Петър Чолаков - политолози		2298
	Петя Георгиева – политолог Георги Медаров – социолог		2462
„Реактивно“	Емилия Милчева, Мирела Веселинова, Владимир Левчев и Виктор Лилов – журналисти		3076
	Цветомир Томов - социолог	1217	
„Седмичата“	Стефка Стоева – председател на ЦИК	2250	
	Таня Цанева – говорител на ЦИК	1440	

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: общинска инфраструктура и транспорт; облекчаване на трафика; чистотата на въздуха; повече зелени площи и детски градини; бюджет и финанси; здравеопазването; образование.

„Дарик радио“ АД нямат собствено поръчани социологически изследвания. Социологическите агенции, които представят своите резултати в изборния ден са „Алфа Рисърч“, „Галъп Интернешънъл“, „Тренд“, „Маркет Линкс“.

Регистрирано е участието на 42 мъже и 22 жени в предизборното медийно съдържание.

Регионални прозорци в програма ДАРИК РАДИО БЪЛГАРИЯ.

Дарик Благоевград

Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 9 565.67 лв. без ДДС със следните политически субекти: БСП ЗА БЪЛГАРИЯ, ПП ГЕРБ, ПП ВМРО-БНД, Коалиция „Демократична България-Обединение“, ИК Здравко Милев.

Наблюдението на предизборното съдържание в програмата регистрира наличието на 24 платени агитационни форми – клипове, хроники и интервюта.

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: икономика; корупция; битова престъпност; инфраструктура и транспорт; социални услуги; здравеопазване; образование; европроекти и култура.

Дарик Пловдив

Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 7 886.00 лв. без ДДС със следните политически субекти: ПП АБВ, БСП, ПП ГЕРБ, „ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ“, ЗС „Ал. Стамболийски“, КАУЗА ПЛОВДИВ, НФСБ (ВМРО – БНД), ПП НФСБ, СЪЮЗ ЗА ПЛОВДИВ.

Наблюдението на предизборното съдържание в програмата регистрира наличието на 120 платени агитационни форми – клипове, хроники и интервюта.

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: Общинска инфраструктура и транспорт; Борба с корупцията; Взаимодействие местна-централна власт; Здравеопазване; Местен бизнес; Общински бюджет; Образование и Култура.

Регистрирано е участието на 19 мъже и 5 жени в предизборното медийно съдържание.

Дарик Бургас

Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 20 815.49 лв. без ДДС със следните политически субекти: ПП АБВ, ПП БЗНС, ПП БЪЛГАРСКИ СОЦИАЛДЕМОКРАТИ, БСП за България, ПП Възраждане, ПП ГЕРБ, ПП ДБГ, Движение заедно за промяна КП (Българска Социалдемократия-Евролевица), ДЕМОКРАТИЧНА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИЕ, ПП НОВА АЛТЕРНАТИВА, ПП НФСБ, ПП СРЕДНА ЕВРОПЕЙСКА КЛАСА, ПП СДС, ПП Християндемократическа партия на България, ИК Георги Иванов Славов, К Николай Димитров независим.

Наблюдението на програмата установи наличие на платени агитационни форми, позиционирани в рубриците “Събеседникът на Дарик” и “Репортерите на Дарик”.

Наблюдението на предизборното съдържание в програмата регистрира наличието на 104 платени агитационни форми – клипове, хроники и интервюта.

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: Борба с корупцията; Местно здравеопазване; Общинска инфраструктура и транспорт; Местен бизнес и инвестиции; Общински бюджет; Екология; Образование и Гражданско участие за по-ефективен контрол и прозрачност при управлението на общинската собственост и вземане на решения за развитието на града.

Регистрирано е участието на 28 мъже и 3 жени в предизборното медийно съдържание.

Дарик Велико Търново

Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 13 786.67 лв. без ДДС със следните политически субекти: БСП за България, ПП ВМРО – БНД, ПП ГЕРБ, „ДБ – ОБЕДИНЕНИЕ“ (ДА България, ДСБ, Зелено движение), ДПС, ПП СЪЮЗ НА ДЕМОКРАТИЧНИТЕ СИЛИ.

Наблюдението на предизборното съдържание в програмата регистрира наличието на 104 платени агитационни форми – клипове, хроники и интервюта.

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: общинска инфраструктура и транспорт; местен бизнес; общински бюджет; европроекти и местна власт; екология; гражданско участие.

Регистрирано е участието на 14 мъже и 6 жени в предизборното медийно съдържание.

Дарик Видин

Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 8 465.00 лв. без ДДС със следните политически субекти: АБВ, Атака, БНД, БСП за България, ВМРО, ПП ГЕРБ, Демократична България – Обединение, ДПС, Съюз на демократичните сили.

Наблюдението на предизборното съдържание в програмата регистрира наличието на 69 платени агитационни форми – клипове и хроники.

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: общински бюджет; корупция; битова престъпност; инфраструктура и транспорт; социални услуги; здравеопазване; образование; европроекти и култура.

Регистрирано е участието на 25 мъже и 4 жени в предизборното медийно съдържание.

18. Фокус - Нунти ООД – РАДИО ФОКУС



Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 50 062.66 лв. без ДДС със следните политически субекти: ДПС, ГЕРБ, АБВ, НФСБ, БСП, ПАРТИЯ НА ЗЕЛЕНИТЕ, СДС, БЪЛГАРИЯ НА ГРАЖДАНИТЕ, МК СДС-НДСВ, НА, ЗНС, БЗНС- ВИДИН, МК БЪЛГАРИЯ НА ГРАЖДАНИТЕ – ПАЗАРДЖИК, ПАРТИЯ НОВА АЛТЕРНАТИВА СЛИВЕН ЗА ЙОРДАН ЛЕЧКОВ, ДБГ, ХРИСТИАН-ДЕМОКРАТИЧЕСКА ПАРТИЯ.

Наблюдението на програмата установи наличие на агитационни форми в актуално-публицистични предавания „Добро утро, България“, „Добър ден“, „Това е България“ и „Метроном“. В програмата беше регистрирано специално „Предизборно студио“ по време на кампанията „Местни избори 2019“.

По време на предизборната кампания ДМУ не излъчва съвместните продукции на радио Фокус с политически партии.

Наблюдението не установи излъчване на дебати в програмата. В периода между двата тура не са излъчени платени агитационни форми.

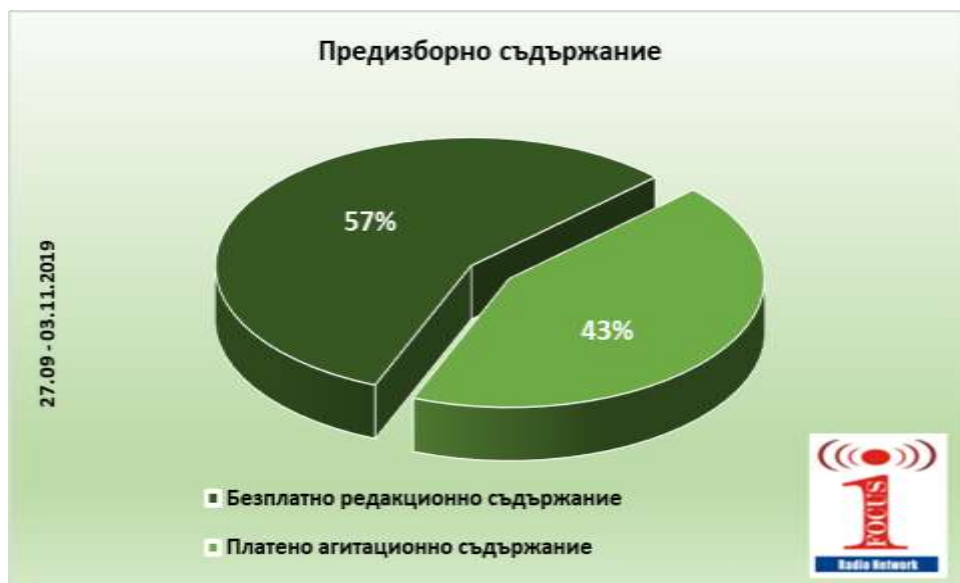
Наблюдението регистрира наличието на платени агитационни форми – интервюта, хроники и рекламни клипове.



В наблюдаваната програма най-голямо е присъствието на ПП ГЕРБ (41%), следвана от БСП за България (21%) и АБВ (18%). В платеното агитационно съдържание ПП ДПС и НФСБ присъстват с по 5%.



Безплатното редакционно съдържание, регистрирано по време на наблюдението, представлява по-голямата част от общото предизборно съдържание в програмата.



Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: инфраструктура; детски градини и ясли, училища; образование; здравеопазване; туризъм; екология; културно-историческо наследство; спорт; местна икономика, евросубсидии и проекти; разпределение на общинския бюджет.

Регистрирано е участието на 157 мъже и 9, жени в предизборното медийно съдържание.

Радио Фокус Пловдив

Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 32 600.00 лв. без ДДС със следните политически субекти: ПП АБВ, ПП ГЕРБ, ДПС, БСП ЗА БЪЛГАРИЯ, Местна коалиция (СДС, НДСВ, НОВА АЛТЕРНАТИВА, ЗНС, БЗНС, БДСР).

Наблюдението на програмата установи наличие на платени агитационни форми, позиционирани в предаването “Добър ден”.

Наблюдението на предизборното съдържание в програмата регистрира наличието на 16 платени агитационни форми – клипове, хроники и интервюта.

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: Общинска инфраструктура и транспорт; Здравеопазване; Местен бизнес; Общински бюджет.

Регистрирано е участието на 14 мъже и 2 жени в предизборното медийно съдържание.

Радио Фокус Велико Търново

Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 13 500.00 лв. без ДДС със следните политически субекти: ПП АБВ, Пламен Скендерски, партия на ЗЕЛЕНИТЕ.

Наблюдението на предизборното съдържание в програмата регистрира наличието на 2 платени агитационни форми – хроника и интервю.

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: социални услуги; общинска инфраструктура и транспорт; местен бизнес; европроекти и местна власт.

Регистрирано е участието само на двама мъже в предизборното медийно съдържание.

Радио Фокус Видин

Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 40 700.00 лв. без ДДС със следните политически субекти: АБВ, БСП за България, ПП ГЕРБ.

Наблюдението на предизборното съдържание в програмата регистрира наличието на 7 платени агитационни форми – хроника и клип.

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: борба с корупцията; сигурност и борба с битовата престъпност; европроекти и местна власт; инфраструктура и транспорт; социални услуги; здравеопазване; образование и култура.

Регистрирано е участието само на четирима мъже в предизборното медийно съдържание.

Радио Фокус Благоевград

Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 35 700.00 лв. без ДДС със следните политически субекти: БСП - 1000.00, ПП ГЕРБ, АБВ, ДПС, СДС.

Наблюдението на предизборното съдържание в програмата регистрира наличието на 15 платени агитационни форми, позиционирани след новините.

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: социални услуги; общинска инфраструктура и транспорт; местен бизнес; европроекти и местна власт.

Регистрирано е участието на четирима мъже и една жена в предизборното медийно съдържание.

19. Анаили Мили ЕООД – РАДИО К 2



Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 14 000.00 лв. без ДДС със следните политически субекти: ПП ДПС, ПП ВМРО – БНД.

Наблюдението на предизборното съдържание в програмата регистрира платени агитационни форми – хроника/репортаж и рекламни клипове.

Безплатното редакционно съдържание в програмата беше отразено с интервюта, дебати, репортажи и други форми (изявления, брифинги, директни включвания).

Участие на политически субекти в безплатно редакционно съдържание.

Партия, Коалиция, Инициативен комитет	Интервю	Дискусия/дебат	Репортаж	Друга форма
ПП ГЕРБ – СДС	2492 сек.	8615 сек.	517 сек.	2878 сек.
н. к. Мая Манолова	-	8615 сек.	-	720 сек.
ПП АТАКА	-	-	-	1984 сек.

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: Кой и на какво основание ще спечели златната ябълка на София?; Кой и на какво основание иска, но и може ли да управлява София?; Екипът, в който вие ще работите като кмет на София?; Да създадете заедно портрета на бъдещия кмет на София с по пет думи.

Регистрирано е участието на 13 мъже и 23, жени в предизборното медийно съдържание.

20. Бойкос ЕООД – РАДИО ГАМА



Доставчикът на медийни услуги е публикувал на своята интернет страница информация за условията и реда за отразяване на предизборната кампания, както и тарифата. Публикувани са договори във връзка с предизборната кампания на обща стойност 3 500.00 лв. без ДДС със следните политически субекти: ГЕРГО ГЕРГОВ подкрепен от ПП АТАКА и ЗС АЛЕКСАНДЪР СТАМБОЛИЙСКИ, ГЕРГО ГЕРГОВ ПП АТАКА.

Не е регистрирано наличието на безвъзмездни договори с политически субекти за отразяване на предизборната кампания.

Наблюдението на предизборното съдържание в програмата установи наличие на възмездни и безвъзмездни агитационни форми, за които нямаше публикувани договори на интернет страницата на ДМУ.

Регистрирано беше безплатно агитационно съдържание на политическите субекти ПП Атака и БСП за България.

Участие на политически субекти в безплатно редакционно съдържание.

Партия, Коалиция, Инициативен комитет	Общо секунди
ПП Атака	5650
БСП за България	140

Мониторингът на предизборното съдържание в програмата регистрира следните теми: борба с корупцията; взаимодействие местна-централна власт; общински бюджет; социални услуги; сигурност и борба с битовата престъпност.

VII. ИЗВОДИ ОТ НАБЛЮДЕНИЕТО НА ПРЕДИЗБОРНТА КАМПАНИЯ

➤ Наблюдението установи ефективна медийна кампания в обществената Българска национална телевизия, където се проведе голям брой политически и експертни дебати. Регистрирани бяха различни форми (безплатни и платени) програмирани в различни актуално-публицистични предавания и новини на БНТ 1 и БНТ 2. Обществените функции на БНТ бяха реализирани по отношение на множеството гледни точки, които бяха представени в хода на кампанията, както и многообразието от теми, дебатирани в този период. Предизборният мониторинг констатира интерес от страна на участниците в изборния процес към програма БНТ 1 като ефективен комуникационен канал. Регистрирано беше участието на парламентарни и извънпарламентарни политически субекти. Доминираше безплатното програмно съдържание, което се обяснява с конкретните ангажименти на обществената телевизия, съгласно Споразумението с политическите субекти. Единствено в програмите на БНТ беше регистрирано наличие на жестомимичен превод в проведените дебати, както и емисия новини всеки делничен ден.

➤ В програма ХОРИЗОНТ на Българското национално радио предизборната кампания беше много ограничена като обем програмно време. Регистриран беше слаб интерес от страна на участниците в

предизборната кампания, както по отношение на безплатните форми, съгласно Споразумението, така и по отношение на платените форми. В регионалните програми на БНР беше реализирана балансирана предизборна кампания с интерес от страна на политическите субекти в съответните региони. Изключение правят програмите в Кърджали и Видин, където нямаше съществен интерес към възможностите за комуникиране на предизборните послания през обществения доставчик.

➤ Наблюдението констатира използването на традиционните форми в предизборна кампания – интервюта, репортажи, дебати и рекламни клипове. Репортажите/хрониките са ползвани предимно в програмите на обществените доставчици, поради наличието на задължение в Споразумението за отразяването на кампанията.

➤ В програмите на трите национални ефирни търговски телевизионни доставчика – Б ТВ, НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ, BULGARIA ON AIR беше регистрирано голямо като обем предизборно съдържание, което в много малка част беше платено. Безплатните форми – агитационни и редакционни, доминираха в програмното съдържание. Регистрирани бяха многообразие на теми, събеседници и гледни точки в процеса на кампанията. Наблюдението отчита реализирането на „изнесени“ студиа в различни региони на страната, където в дебати участваха кандидатите за кметове с най-големи шансове. Не беше регистрирано съдържание, достъпно за хора в неравностойно положение.

➤ В програмите на другите търговски телевизионни доставчици, включени в наблюдението, беше установено наличието на предизборно съдържание, в което превес имаше платеното съдържание.

➤ Малка част от ДМУ имаха публикувани безвъзмездни договори за отразяване на предизборната кампания. Нямаше констатирани нарушения по отношение на задължението им за публикуване на договорите на интернет страниците.

➤ Регистриран беше дисбаланс в участието на жени и мъже в предизборното програмно съдържание на ДМУ, което е следствие на съотношението жени и мъже на участниците, регистрирани в кампанията.

➤ Регионалните програми имаха предимно платени предизборни форми и незначително безплатно редакционно съдържание.

➤ Предизборният мониторинг не установи използване на език на омразата и дискриминационна реч в предизборната кампания в програмите на наблюдаваните ДМУ. Изключение прави участието на Волен Сидеров в предаването „Референдум“ на БНТ 1 на 01.10.2019 г., за което ЦИК постанови решение за нарушение на изискванията на чл. 183, ал. 4 от ИК.

➤ В тази предизборна кампания нямаше нарушение на чл. 204, ал. 3 от ИК, който не позволява резултати от социологически проучвания да бъдат оповестявани преди 20:00 часа в изборния ден.

➤ Наблюдението установи наличието на малък брой участници в програмното съдържание на ДМУ политически субекти. От общо регистрирани шестдесет и шест участника в предизборната кампания не повече от петнадесет от тях присъстваха в радио- и телевизионното съдържание. Това показва по-слаб интерес към конвенционалните медии като ефективен информационен канал в политически кампании.

➤ СЕМ изпрати 14 сигнала до ЦИК по компетентност за преценка относно наличие на нарушения на изборното законодателство. По пет от тях ЦИК и Общинските избирателни комисии (ОИК) установяват наличие на нарушение; по пет - ЦИК и ОИК не са се произнесли с Решение; по четири от тях са постановени Решения за отхвърляне на сигналите на СЕМ.