

СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

ПРОТОКОЛ

№ 34

от редовно заседание, състояло се на 01.12.2023 г.

ПРИСЪСТВАТ: Соня Момчилова – председател, Габриела Наплатанова, Галина Георгиева, Пролет Велкова, Симона Велева.

Начало на заседанието: 11:00 часа, водено от Соня Момчилова
Съставил протокола – Вера Данаилова

ДНЕВЕН РЕД:

1.1. Доклад от дирекция Мониторинг и анализи относно специализирано наблюдение на предизборната кампания за избори на общински съветници и кметове на 29 октомври 2023 г.

Вносител: Е. Станева
Докладва: З. Гюрова

1.2. Проучване на медийните нагласи на аудиторията по време избори на общински съветници и кметове на 29 октомври 2023 г. (представително изследване за пълнолетното население на Столична община).

Представяне на изследването: Л. Йорданова, Екзакта Рисърч груп ЕООД

Соня Момчилова откри заседанието и поздрави колегите си. Тъй като дневният ред е публикуван и всички са запознати с него предложи да разменят двете точки и първо да изслушат госпожа Йорданова с резултатите от проучването на медийните нагласи на аудиторията по време на изборите за местна власт, проведени на 29 октомври 2023 г. (представително изследване за пълнолетното население на Столична община), след което да продължат с разглеждането на доклада от дирекция Мониторинг и анализи.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа „за“: Прие дневния ред с направените промени.

ПО ТОЧКА ПЪРВА: Проучване на медийните нагласи на аудиторията по време избори на общински съветници и кметове на 29 октомври 2023 г. (представително изследване за пълнолетното население на Столична община).

Л. Йорданова, Екзакта Рисърч груп ЕООД представи изследването (същото е достъпно на сайта на СЕМ <https://www.cem.bg/controlbg/1500>)

Соня Момчилова благодари на г-жа Йорданова, изключително полезни са данните, с които е запознала съветниците. Анализът е много професионален. Вярва, че и колегите ѝ ще се присъединят към оценката ѝ.

Габриела Наплатанова също изказа благодарност на г-жа Лидия Йорданова, която по традиция е дала една изключително изчерпателна картина на предизборните нагласи на медийната консумация на медийно съдържание, включително по демографски и политически признаци. Без изненада обществото се обръща за информация към традиционните медии – това е, което си е отбелязала г-жа Наплатанова от изводите след социологическото проучване в хода на кампанията. Респондентите на ЕКЗАКТА се интересуват много повече от дебати за проблемите, свързани с местната власт. Би искала все пак да разбере, въпреки 9-те точки с изводи, какво е обяснението, на какво се дължи този отлив от доверие към обществените медии – БНТ и БНР в сравнение с частните медии и то значително на фона на това, което имаме като официални резултати и статистика от Ройтерс институт, които поставят на първо място БНР и БНТ – обществените медии, по доверие в България. Вторият ѝ въпрос е: как, според г-жа Йорданова, трябва да се подходи към този ключов въпрос, засегнат и в изследването - огласяване на резултати от екзитпол в хода на изборния ден. Така през различни онлайн платформи, чат ботове и т.н. се пренасочват от традиционните медии към различни интернет сайтове, по които, който желае се информира за резултата от екзитпола. Доколко това е релевантно като се има предвид, че Изборният кодекс категорично забранява огласяването на резултати до края на изборния ден, а традиционните медии, доставчиците на медийни услуги, които са все пак с голямо влияние сред обществото се чувстват притиснати от това, че онлайн медиите използват такива заобиколни начини да съобщават. В СЕМ има такива казуси, ние имаме задължение да сигнализираме в ЦИК когато има нарушение на Изборния кодекс с обявяване на такива резултати преди края на изборния ден, а същевременно има обвинения към регулатора, към свръхрегулацията по отношение традиционните медии, които обявяват с, примерно, двадесет – тридесет минути по-рано резултата от екзитпола, който е предварителен. Сега, тук в София специфичното е, че към 22 часа резултатът от екзитпола беше силно нарушен с временните резултати, които вече започнаха да пристигат от ЦИК, и които показаха, че всъщност няма тази голяма преднина, която се твърдеше. Когато има предварително обявяване на резултати от екзитпол, а изборният ден не е приключил, това не формира ли определени нагласи у гласоподавателя?

Лидия Йорданова се изкушава да започне с този втори въпрос, но ситуацията ѝ е много сложна. Тя е представител на съсловието, което е адресат на ограничението, така че това, което може да каже е еднозначно „да“. Следенето и огласяването на междинни резултати, без значение маскирани зад коне, зебри, книги и т.н., би могло да влияе върху нагласите на хората, да ги ориентира, като един пластилин да формира някакви трендове в деня на избори. Да, това е факт. Неслучайно е поставила акцент върху това, че столичани имат изключително сериозни задръжки, възражения или биха критикували, ако им се даде възможност в такъв въпрос, начинът, по който се подхожда към това междинно огласяване. А столичани са най-свободолюбивите, не искат да ограничат по никакъв начин правото на хората да бъдат навременно информирани, но очевидно имат възражения към начина, по който това се случва сега. Например, много от хората, с които анкетворите са говорили, включително в изследвания на Екзакта, казват, че силно се дразнят, че не могат да разберат чии данни се крият зад една или друга часова зона, чии данни са маскирани в една или друга медийна приказка, фабула. Хората определено имат

някакво доверие към някои агенции в по-голяма степен отколкото в други агенции и биха искали да знаят на кого е информацията, което разбира се не е разрешено от закона, тъй като по принцип не се смята за редно през целия изборен ден още от осем сутринта да се започне със съобщаване на някакви резултати. Г-жа Йорданова също така подчерта, че в повечето страни подобни дейности се извършват и се отнасят към предизборните щабове, т.е. предизборният щаб разполага с надеждна информация. Екзакта, като социологическа агенция, е работила многократно за щабове, които е информирала час по час какви са резултатите, но под никаква форма не си е позволявала да подава информации към медии, тъй като тогава, когато са го правили, това не е било общоприета практика. Сега е такава и ако Екзакта прави екзитпол щеше да има интерес от медиите и към нейния екзитпол, така че не може да се отлечи от масовите процеси, напротив. Г-жа Йорданова се присъединява и казва: чувства в столичани една критичност към начинът, по който се осъществява това презентиране на междинни резултати, а не толкова към идеята и правото им да бъдат навременно информирани. Те не желаят да има ограничение, но като че ли им се иска да е малко по правилата, малко по-близо до истината. Всъщност, тук прозират подозренията, че има някакви процеси на не съвсем контролиран произвол, когато се съобщават данните, така да се изрази. Това прозира в тази критика на столичани, в страната хората нямат чак така развити сетива. Съветниците виждат, че не случайно профилите, които е цитирала и на критичност, и на инициатива от страна на населението в столицата, това са предимно партийни профили на големите формации. Те имат своя специфика, така че отговорът на въпроса е да се мисли как да се осигури обективност и гаранции за обективност пред населението, когато се представят тези междинни данни, защото това, което прави впечатление многократно е казвано в нашите изследвания - през целия ден различни агенции, които са анонимни, дават в тези публикации различни данни, а в края на деня данните им се различават с по една десета от процента. Това е, което се коментира от хората в изследванията. Това са въпросите, които са задавани. Що се отнася до първия въпрос, който намира за много сериозен и отговорен, а именно: защо в данните на Екзакта нещата изглеждат така, а на Ройтерс изследванията изглеждат по друг начин, ще каже, че става дума за различни методики. Когато се пита за доверие към обществени медии и частни медии, се има предвид всеобхватната, общо цялостна представа на респондента и той отговаря на кого вярва повече като цяло, той има предвид и културна информация, и информация за града, и каквото искате. Когато обаче не влизаме в конкретен предизборен период и то от последните три години когато работим с вас, когато политическата истерия е нагнетена, хората търсят медийни формати, на които се доверяват, т.е. г-жа Йорданова може да твърди с висока степен на достоверност, че това е оценка за предизборните студия и програми на отделните медии в по-голяма степен отколкото за това какъв е характерът на медията и дали сам по себе си той осигурява някаква обективност или не. Напълно възможно е да има високи оценки и високо обществено доверие към обществените медии и в същото време, когато се опре до дебати, кампании, в главите на хората да възникват като фактори със значимост предаванията в частните телевизии, Дарик Радио. Това се вижда много ясно. Самите профили, с които разполага СЕМ, на оценките, на високите оценки, които получават частните медии, идват да подскажат, че това е на една изключително изкушена аудитория, която търси себе си. Обществените медии трайно привличат в кампания вниманието на хора, които имат навика да потребяват информация от обществени медии. Това са възрастни, по-бедни хора, хора от провинцията предимно, докато частните медии правят съпричастни едни хора, които са политически изкушени в столицата, в големите градове и които могат да имат само интерес – в изследването нямаме въпрос: „По време на избори ли се обръщате само към тези формати на предавания на частните медии или цялостната програма на тази частна медия ви

харесва?“, защото ако имаме такъв въпрос, щеше отговорът да е до стотни. Ако някога напред се прави ново изследване, това е задача, категорично. Да се разбере дали самият формат на медийно представяне на частните медии по време на кампания е толкова атрактивен, че измества вниманието от обществените медии или става дума за трайна, наистина трайна, когато определено ще влезем в противоречие с данните, за които Ви говорите – трайно харесване на цялостната визия на частната медия. Там харесвам културни предавания, там харесвам народна музика, примерно. Екзакта работи винаги със СЕМ в период на крайна истерична фаза на кампания. Големите неща се случват, като че ли повече, според общественото мнение, в частните медии. Това е оценката. В частните радиа и в частните телевизии.

Соня Момчилова би искала да допълни въпроса на г-жа Наплатанова за изясняване темата с появяването на предварителните резултати. Може би е пропуск, че не бе формулирано запитване към респондентите, дали влияят тези предварителни резултати на избора им финално.

Лидия Йорданова отбеляза, че са питали в други изследвания на Екзакта. Този въпрос е ключов и са питали. Само че има един такъв момент. Когато попиташ някой, еди-кое си предаване дали ти влияе, той смята за неприлично да каже истината, че му влияе, защото излиза, че няма собствена позиция, гражданско поведение и какво ли още не. Ето защо, една трета са склонни - това са данни от тази година на Екзакта, една трета са склонни да признаят, че медиите им влияят. Въпросът: „Какво влияе при избора на кмет?“, нали се вижда. Колко по-силно е медийното влияние, отколкото неформалното, т.е. медийните фактори са по-силни от личите, неформалните и т.н. контакти, но от друга страна, ако се задават такива въпроси, трябва да си дадем ясна сметка, че хората не обичат да ги изкарват зависими и по тази причина не се получава реален резултат. По нейни (на г-жа Йорданова) наблюдения, повлияни са поне половината българи, а столичани може би и повече, но се вижда, че една трета отговарят (в априлското изследване) че им влияят.

Соня Момчилова благодари и попита дали има зона, в която се развиват понятията навик, което г-жа Йорданова споменава няколко пъти в началото на представянето, и доверие, и как може да се прецизира преценката, когато се върви към установяване на предпочитания.

Лидия Йорданова посочи, че навикът води до доверие, а доверието създава навик. Това са взаимно проникващи се категории в някаква степен, но при всички случаи навикът издава и друго освен доверие - любопитство, интерес, намиране на смисъл.

Соня Момчилова: Навикът е и инерция, понякога и стокхолмски синдром.

Лидия Йорданова потвърди, че доверието е много по-крайна, завършена категория, докато навикът има малко и потребителски характер, пълен е с някакво съдържание, което не можем да бъдем безкрайно прецизни. Когато се работи с понятия в социологията, често социолозите, поне Екзакта, си правят труда да търсят операционализацията /разбиване на обекта на съставни части/. Например, какво ви идва най-напред на ум като чуете за еди-какво си? и разбират какво се крие зад това. Но в случая с навик и с доверие много е трудно това да се постигне, така че не са прибегвали до някакви големи детайли.

Пролет Велкова благодари за изследването и така увлекателния и ясен начин, по който е представено, но иска да се върне на въпросът, който очевидно е неврологичен. Разбира се, той не е нов, от години стои, а именно за съобщаването на междинния резултат в изборния ден. Говорим тук за влиянието, което тази информация - съобщаването на междинни резултати, има върху избора на избирателите и го говорим сякаш повече в негативен план. Наистина ли е така? Задължително ли трябва да интерпретираме като негативен ефектът от това, че „аз чувам междинни резултати, които повлияват на моето

решение да отида или да не отида да гласувам, да наклоня предпочитанията си към този, или към онзи кандидат“. От гледна точка на госпожа Велкова, изборният ден е денят, в който човек мисли и това мислене се случва в контекст. Ако има обективна информация за това как се развива изборният процес, мисленето може би ще бъде по-бистро, може би ще бъде направен по-добър избор, т.е. не смята задължително, че съобщаването на междинни резултати и влиянието, което има то върху избора на избирателите, трябва да го третираме като нещо, като някакво вредно влияние, освен ако не си дадем сметка затова, че тези междинни резултати могат да повлияят на политическите субекти по неправилен начин да въздействат на избирателите. Разбират за какво говори, има предвид търговията с гласове, която може да последва от тази информация и която, безспорно, следва от факта, че отделните социологически агенции работят с щабове. Щабове имат информация, избирателите я нямат или я получават по някакъв незаконен начин от интернет.

Лидия Йорданова благодари за въпроса. Всъщност той е многопластов. Отбелязала е пластове, ще отговори на всеки от тях. Първо, има един аспект, в който... Всъщност вредно няма, тази категория не иска да я използва. При всички случаи загубилият едни избори в града хикс ще смята, че социолозите са му виновни с тези междинни данни, а спечелилият ще е доволен, че е научил как се движат нещата, за да може да стимулира вота в своя полза. С това отговаря на въпроса. За един е вредно, за друг - полезно, т.е. такива понятия нямат място. Въпросът е какви процеси отключва това представяне, дали могат да послужат за база за извличане на стимулиран вот от всеки един, който желае и има възможност да стимулира вота. Отговорът е категорично да. Информаността относно това кой евентуално води, кой евентуално губи, е важна за онзи, който иска да спечели, а искат да спечелят и двете страни, т.е. вкарва се допълнителен драматичен елемент в работата на щабове (нека се изрази така, за да е културно, иначе просто не знае какви понятия да използва). Така че - за вреда не може да се говори. Що се отнася до хората, да, определено в интересните избори като тези местни, които отминаха има голяма интрига, има голям залог, особено в местните избори, така че правото на хората да бъдат информирани е много, много важно да бъде отстоявано. Пак казва - въпросът е по какъв начин ще излиза тази информация, така че тя да бъде добре приета от законодателството, да бъде добре, адекватно приета от самите хора и да не се създава усещането, че щабът разполага с някаква информация, като че ли по-истинска от тази, която достига до хората. Всъщност, ако има нещо, което буди съмнение, това е дали онова, което ни се поднася е същото, което знаят основните играчи в изборната надпревара. Това е въпросът.

Соня Момчилова мисли, че тогава, когато се касае за над 10 % разлика при предварително обявявани резултати и финални резултати, можем дори да се усъмним в манипулации. Съгласна ли са?

Лидия Йорданова отбеляза, че самата тя е ръководител в миналото на държавния Национален център за изучаване на общественото мнение (НЦИОМ), в който са били потърпевши като представители на Народното събрание в очите на хората. Били са потърпевши в момента, в който се сменяше политическата конюнктура. Тогава трябваше СДС да остане на власт или НДСВ да дойде. Така стоеше въпросът. Тогава хората, които знаеха, че Националният център за изучаване на общественото мнение е на подчинение на парламента, предпочетоха да кажат, отговаряйки на нашия екзитпол, че са гласували за СДС, а голяма част от тях бяха гласували за НДСВ, но не искаха да го споделят. До момента г-жа Йорданова преживява това, защото тя не могла да го предотврати, не е могла да го предвиди. Тя излиза и съобщава това, което е получила и то се разминава точно с 10% с истината. Слава на Бога, чувства се методически оправдана, доколкото тези неща продължават и до ден днешен, а нещо повече - сменят се в регионален план, в

местен вот се сменят местата на първия и на втория, и това е нормално. Нека да бъде искрена, екзитполът не е научна методика. Екзитполът е начин на преброяване. Екзитполът е двойна опосредственост. Защо? Когато питат хората в изследователска ситуация преди деня на вота: „За кого ще гласувате?“, те могат да излъжат, но това няма как да се отчете в такава степен в каквато се отчита в деня на екзитпола. Хората излизат, имала е случаи, когато може да гарантира, че има натиск върху определени секции, върху определени хора да казват как са гласували пред социолозите и това как са гласували пред социолозите е различно от това как са гласували в урните. Това прави ситуацията напълно непредвидима. Не иска да се смята, че социолозите лъжат. Те съобщават това, което получават, но множество фактори влияят. Да, силно опосредено е тяхното знание и много по-опосредено е то в деня на изборите. Вижда се, че дори между паралелното преброяване, което е втори етап от работата на социолозите, когато се броят реални гласове в реални секции, между паралелното преброяване и крайният резултат има разминаване от 5-6 %, защото паралелното преброяване е методика, която почива на добре направена статистически извадка, т.е. да си подбрал точно тези секции, примерно в страната, които ще ти дадат най-цялата съвкупна представа за страната. Там има все пак, без опосредяване, там статистиката е много важна и как ще се получат нещата, докато при екзитпола лъжата може да идва от самите хора, които излизат и казват примерно „аз гласувах за левицата“, а той гласувал за БСП или нещо подобно. Дава пример, просто, какво могат да о правят хората. Социолозите нямат никакъв начин на контрол, те им благодарят. Това е тяхната роля, да благодарят, че са благоволили да отговорят на въпросите. Г-жа Йорданова е имала случаи в малки градове, където има особено много напазаруван и платен вот, много хора да отказват да отговорят. Знаете ли какво е, когато ви откаже една трета от извадката да ви отговаря? Хора, които очевидно не искат да легитимират заплащането на своя глас. Това са много сериозни процеси. Трудно е, повтаря, това не е социология в собствения смисъл, това не е типичното научно знание, за което трябва да бъде държана отговорност в такава степен в каквато ни се иска към научен морал, съвест и т.н., тук има много силно опосреден факт и ето защо правилата трябва да са жестоки, защото информацията се изкривява по много начини. Този силно опосреден фактор го има и сутринта, когато се появява надбягване на коне или пазар на книги. Има го и по обяд, и през целия ден. Тя не казва, че социолозите дават преднина на кандидата хикс, за да унищожат кандидата игрек, или за да извадят купени гласове на някого. Тя казва само, че отговарящите на въпросите на социолозите, биха могли да деформират на всеки етап от провеждане на екзитпола представата за реалната картина.

Соня Момчилова потвърди, че това е и причината в старите демокрации, в повечето от тях, да е забранено обявяването на предварителните резултати.

Симона Велева също благодари за изследването. Два въпроса ѝ се иска отново да изкоментират. Единият е свързан с възможността на реципиентите да се ориентират в платеното съдържание. Това от гледна точка на регулатора е доста важно, защото се вижда, че едва 58% успяват да се ориентират в това съдържание, което означава, че едни солидни 42% не успяват. Другият въпрос, който и направи силно впечатление, е свързан с това, в крайна сметка, когато се потребява медийно съдържание се вижда, че отегчение и умора от това съдържание получават близо 46% от реципиентите, които са запитани, т.е. може би множеството избори, които имаше последните години са довели до това. Медиите, обаче, успяват ли да информират в достатъчна степен реципиентите и въобще аудиторията, защото се видя накрая (тук има и друг важен въпрос, но него няма сега да го коментират - за общата апатия), видя се, че кметът на София, в крайна сметка, изпревари втория кандидат едва с пет хиляди гласа при избирателна активност, която е

нищожна на фона на населението на София, така че ако може тези два въпроса от гледна точка на регулатора да каже какво мисли г-жа Йорданова.

Лидия Йорданова предложи да тълкуват въпроса за това дали се разпознава платена или безплатна е предлаганата от медийните формати информация, като въпрос за интереса към това дали е платена или безплатна. Както се вижда, има доста хора в изследването, в графиката, които не проявяват, просто не се интересуват от това платена или безплатна е. Така че ако искаме да се подобри модела на възприятие и на осмисляне на това информацията каква е, трябва да се повиши интереса, а това в медиите много лесно може да се постигне – платен формат съобщава се, препратки има, т.е. няма я тази сигнална лампичка в хората, която да представлява някаква висока степен на значимост на оформяне на представите им. Хората си казват: „И да се ориентирам, и да не се ориентирам, все тая.“ Тоест вижда се, че елитните обществени прослойки се ориентират, а хората, които по принцип – младите и другите, които не проявяват кой знае какъв интерес към кампанията, не може да се смята, че става въпрос за неспособност за неориентиране, а по-скоро - неосъзнатост на важността на този проблем и в какъв контекст да се впише неговата важност. Това е една верига от знания, които някъде се късат като че ли. Трябва да се помисли не можем ли на фази да се зададе въпросът, за да стане ясно къде се къса нишката: „представлява ли за вас интерес това нещо?, чувате ли ги, ако се интересувате чувате ли ги, има ли такива съобщения дали е платен или е безплатен форматът“ Защото в обществената телевизия се казва: „Каним ви на безплатна среща“, нали. Хората като чуват, че е безплатно имат някакви подозрения, като чуват, че е платено пак имат някакви подозрения, а същински проблемът не е разчепкан така, че да засилим интереса на хората към него. По втория въпрос, ситуацията на тези местни избори в София беше изключително различна от досегашни местни избори. Видно е, че върви надолу активността. Имаше някаква съпротива. Имаше някакво усещане в хората. Апатията в столицата е различна от апатията в страната. Ако апатията в страната е по-класическа, от типа на: „Ами, ще ходя да се занимавам с тях!“, в София има протестна апатия, много сериозен дял протестна апатия, който Екзакта изследва – поне една трета от столичани, от тези, които са включени в това изследване, искат да изразят волята си на несъгласие с кандидатури, с надпревара, с имена, с начин на провеждане на кампании, чрез негласуване. Г-жа Йорданова е очаквала да се повиши много чувствително делът на онези, които ще използват квадратчето „не подкрепям никого“. Само че той се е запазил достатъчно значим, но не се е повишил, т.е енергията на недоволството не е избила натам. В столицата алтернативите, които са се предложили са много, но те не са отчетени като достатъчно задоволителни. Това е оценката на столичани от друго изследване на Екзакта, което е вървяло три-четири дни по-късно. Така че тя е задала този въпрос. Смята, че е подценена ситуацията, смята, че налагането на кандидатурите, които не са безспорни води до такъв тип протестен, пасивен вот. Ако се направи през годините един преглед на класическия седесар къде е отишъл. Той мрънкаше, той не беше доволен, че Вили Лилков е така, а пък другият бил така. Имаше много процеси, които обуславят едно недоволство и г-жа Йорданова пак отбелязва - при друга картина и други кандидати София можеше да бъде един град с активност над 50%. Но като е направила преглед на изследванията на Екзакта в столицата, защото в столицата винаги Екзакта е имала клиенти в последните местни избори, е видяла, че винаги в столицата активността е с 5 до 10% по-ниска от средната за страната, т.е. столицата не блести с висока активност по време на местни избори. Това е така, защото има много политизирани хора и защото противоборството ражда протест, отчаяние, неверие и т.н. В местните избори в столицата битката е по-силна между партии, битката ще е кой да е първи в България, едва ли не. Колко пъти казаха, че столицата е пътят към националния резултат. Това се крещеше от всички медии. Докато в провинцията битката е между лица все пак, малко по-

мажоритарен стои там избора. Колко хора можаха да разберат кои са районните кметове. Защо толкова много проявяват интерес столичани към дебатите, към всички медии възможни да научат повече за районните кметове в столицата. Това е дефицит. Дефицит е и в медийните формати, в програмите е дефицит. Районните кметове едва ли не са разглеждани като фон, като аксесоар на партийния кандидат и ние какво отчитаме. Имаме 19 кмета от еди-кого си, 5 от еди-кого си, но някак си това минава като актив на партиите. Тук нещата много, много са сбъркани и хората биха проявили огромен интерес към медийните продукти, ако те бяха свързани с това. Да речем - район Лозенец, прави се предаване, срещат се всички кандидати, да се вземе, да се грабне вниманието на хората, един час да продължи, да могат зрителите да задават въпроси, всичко това някак си се изгуби.

Соня Момчилова отбеляза и, че единият от лайтмотивите на кампанията е бил, че кметският стол е трамплин към висока политическа кариера.

Лидия Йорданова потвърди това, в столицата той е определен като четвъртия пост в държавата и гарантирано - политически пробив за личността, която го заема. Така е тълкувано. Задължително гарантира и, че партията, която стои зад тази личност е първа политическа сила. Има подобен вид интерпретация. Всичко това поставя на свършено различна нога, тъй като хората казват в района: „аз искам някой да ми вдигне клоните“, извинете, но аз искам някой в квартал „Лозенец“ да ми вдигне клоните, които стоят толкова дни и всъщност това ме вълнува“, а в този момент ми предлагат фанфари на тема коя партия размаза коя друга. Това някак си обезсърчава хората. Поне на местния вот, въпреки че в крайна сметка няма как всичко да не бъде капитализирано, но на местния вот е много важно местната тема да не губи своето място, а в медиите понякога тя ги губи и политическото любопитство, интригантският политически интерес намира страхотен пробив. Това е една от причините обществената телевизия да не е супер фаворит, примерно, защото по-пикантните теми намират място в други телевизионни канали, частни по-скоро.

Соня Момчилова благодари на г-жа Йорданова.

Лидия Йорданова също благодари сърдечно. Благодарни и за възможността за реализация на това изследване. Да има толкова много систематизирана информация, детайлна, това е голямо богатство.

СЕМ реши да се публикува изследването на интернет страницата на Съвета.

Соня Момчилова отново благодари за съвместната работа с Екзакта. Обяви, че заседанието продължава със следващия доклад по повод наблюдението как медиите са отразили предизборната и изборната ситуация и деня на изборите. В него вероятно ще намерят повече детайли по въпросите защо не се разграничава платено от неплатено редакционно съдържание и т.н., както и заслугата на медиите за това местната тема да бъде изместена от други проблеми.

ПО ТОЧКА ВТОРА: Доклад от дирекция Мониторинг и анализи относно специализирано наблюдение на предизборната кампания за избори на общински съветници и кметове на 29 октомври 2023 г.

Зорница Гюрова представи специализирания мониторинг на разпространеното предизборно и изборно аудио- и аудио-визуално съдържание за местните избори на 29 октомври и 5 ноември, когато е проведен балотаж. Мониторингът е регламентиран от чл. 32, ал. 1, т. 22 от Закона за радиото и телевизията, както и със Споразумението между

СЕМ и ЦИК. Водещ орган в процеса на преценка на излъченото съдържание за съответствието с Изборния кодекс е ЦИК. Наблюдавани са общо 13 програми на обществените доставчици - на БНТ 2 и БНР 11, 13 програми на търговски доставчици (11 телевизионни и 2 радио) и 10 нелинейни услуги. Времевият дневен период на наблюдение е съобразен с програмните схеми на медиите - сутрешни радио- и телевизионни предавания и вечерен прайм тайм. За програмите на Българската национална телевизия и Българското национално радио се следи изпълнението на Споразуменията, сключени на основание чл. 189, ал. 4 от Изборния кодекс. Надзорът проследява спазването на основни принципи като: гарантиране правото на свободно изразяване на мнение; правото на информация; правото на отговор; зачитане на личната неприкосновеност; равнопоставеност; толерантност; зачитане на човешките права (вкл. доброто име, достойнството, правата на децата); недискриминационно отношение; без реч на омраза и черен пиар, без внушения на нетърпимост между гражданите; прозрачност на финансиране на платената агитация и социология; ясно отделяне на платена агитация от редакционно съдържание; ясно предупреждение, че търговията с гласове е престъпление; агитация на български език; неизползване на религиозни знаци и национални символи (химн, знаме, герб);

Специализираният мониторинг констатира, че медийното съдържание отразява една предизборна кампания за местния вот, която се провежда в условия на засилена политическа конфронтация на национално равнище между управляващи и опозиция (от една страна ГЕРБ, ПП-ДБ, от друга - ВЪЗРАЖДАНЕ, БСП, ИТН), както и между отделните участници в централното управление (между ГЕРБ и ПП-ДБ). По време на кампанията енергетиците протестират срещу закриването на въглищните централи у нас. Следва и първи вот на недоверие в Народното събрание към правителството на акад. Николай Денков по въпроса за енергетиката (12-13 октомври 2023 г.). Медиите отразяват как предизборното противоборство на политическите субекти се възползва от парламентарната трибуна преди народните представители да излязат във ваканция заради изборите. Всъщност, някои парламентарно представени партии издигат за местния вот депутати за кандидати за кметове и общински съветници с цел гражданите да могат да припознаят и овластят съответните политически сили и на местно равнище. Политическото противопоставяне ескалира на 27.10.2023 г., петък - ден преди деня за размисъл, когато ЦИК отменя гласуването с машини за местния вот, защото Министерството на електронното управление не е предоставило в определен срок документ, с който дава съгласието си за удостоверяването на машините. Върховният административен съд е сезиран, но поради липсата на дежурни съдии в събота и неделя, се произнася след първия тур - в понеделник (30.10.2023 г.), когато връща машинния вот за втория тур. Преди ЦИК да отмени машинния вот на 27.10., представители на парламентарно представени партии (ГЕРБ, ДПС, БСП, ИТН, ВЪЗРАЖДАНЕ) огласяват и коментират информация за доклад на ДАНС с опасения за манипулация на изборите. Изявление прави министър - председателят акад. Николай Денков, който в деня за размисъл се обръща към ЦИК да преосмисли решението си. В София, Варна и Русе се провеждат протести на граждани в защита на машинния вот, които са отразени в медиите. В медиите случаят с машините е сравняван с т. н. Костинбродска афера, която избухва през 2013 година в деня на размисъл по време на парламентарни избори. Сегашният скандал с машините получава негативни определения в наблюдаваното медийно съдържание - „извънредното изборно положение“, „драма с машините“, „криза“, „черен лебед“, „посегателство към изборния процес и към демокрацията“, „криминален акт“, „ченгесарско мероприятие“, „национално предателство“ и т.н. Изборите за общински съветници и кметове пренареждат новините в наблюдаваните медии и редица регионални проблеми навлизат в съдържанието, което по традиция е

преимуществено ориентирано към проблемите на централно равнище – изпълнителна и законодателна власт. В последните години като цяло присъствието на регионални теми в медийното съдържание се отчита предимно през отразяването на криминални прояви или инциденти по места и почти липсва задълбочено вглеждане към живота извън големите градски центрове. Предизборната кампания за местните избори стана благоприятен повод за насочване на вниманието на публиката повече към интересите и потребностите на местните общности в страната, независимо че и на този вот сякаш проблемите на национално равнище отместват тези в регионите на страната или поне стават призма, през която се пречупват локалните желания и планове на гражданите. Темата за съдбата на така наречената управленска сглобка или не-коалиция перманентно присъства по време на кампанията за вота на 29.10.2023 и в седмицата преди балотажа на 05.11.2023 г. Без много подробности по програми, г-жа Гюрова акцентира върху няколко интересни рубрики с подчертан регионален характер, които се отличават в медийното съдържание: рубриката в БНТ1, излъчвана в централната емисия „По света и у нас“ - „Кмете, запиши си“ за проблемите на хората по места, за профила на населеното място (демография, икономика, екология и т.н.); в „Тази сутрин“ в БТВ са излъчени 8 дискусии с кандидати за кметове на общини „Битката за Благоевград“, „Битката за Бургас“, „Битката за Пловдив“, „Битката за Перник“, „Битката за Варна“, „Битката за Плевен“, „Битката за Русе“ и „Битката за София“; изнесеното студио с водещ Николай Дойнов в НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ, което започва на 16 октомври и в рамките на две седмици се излъчва от големи областни града в страната – започва с Благоевград, следват Пловдив, Кърджали, Хасково, Бургас, Варна, Плевен, Видин и се завръща на финала на 27 октомври, петък, в София. Студиото се включва пряко в сутрешния блок „ЗДРАВЕЙ, БЪЛГАРИЯ“, а централната емисия новини се води едновременно от студиото на НОВА в София и директно от изнесено студио в съответния град. Обобщават основните проблеми в областите от живота на един град: инфраструктура, демографски проблеми (обезлюдяването), околна среда (замърсяването) и здравеопазването. В изданията Николай Дойнов и кореспондент на НОВА от областта осъществяват срещи с граждани и експерти, а журналистът Нели Тодорова прави проучване във всеки град с „Кошницата на НОВА“ за цените на основни хранителни продукти на пазара. В периода на предизборната кампания програма EURONEWS BULGARIA отваря специална рубрика - „Разговори от дивана“. Тя е включена в рамките на предаванията „Добро утро, Европа“ и Euronews Primetime. В периода от 3 октомври до 25 октомври, екипи на програмата с малко диванче обикалят 12 града на България, за да интервюира кандидати за кметската власт. Под слогана „Твоят град, твоят глас, твоят вот“ EURONEWS BULGARIA дава думата на хората от... /изписва се името на града/, прави се анкета сред гражданите за проблемите на населеното място - Видин, Русе, Добрич, Варна, Сливен, Кърджали, Пловдив, Благоевград, от Царево, Бургас, Несебър, Обзор. На 07.10.2023 г. ДАРИК РАДИО БЪЛГАРИЯ представя дебат на двама от водещите претенденти за кметския пост в гр. София (Васил Терзиев от ПП-ДБ-СС и Антон Хекимян от ГЕРБ), наречен „Първият софийски дебат“.

Включването и на видеонаблюдението като гаранция за честността на изборите се прилага за втори път в изборния процес у нас. Преди втория тур и след него избрани откъси от видеонаблюдението влизат с редица негативни сюжети в наблюдаваното медийно съдържание, което освети лоши практики в работата на избирателните секции по места. Седмицата между двата тура на изборите е белязана от репортаж на журналистите от БНТ Татяна Йорданова и Тереза Кънчева за видеонаблюдението в секциите, който разкрива как членовете на СИК във врачанско село отбелязват предпочитания за кандидати за общински съветници от селото (случаят доби известност под названието „чичо Цено“).

В последните 2 дни на кампанията, преди балотажа, в програма НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ е излъчено разследване на журналистката Мариета Николаева за купуване на гласове и регистрации по постоянен адрес от общински съветник в гр. Перник. Разследване на Марин Николов от БТВ очертава пък размерите на изборния туризъм в малките населени места в Пазарджишко, Видинско, Кюстендилско, Врачанско.

Активната роля на медиите по време на избори се изразява не в осигуряването от страна на доставчиците на комфортна агитационна среда за участниците във вота (най-вече в резултат на размитата граница между редакционно съдържание и агитация), но най-вече в критичната и подплатена с фактология и обективни данни работа на журналистите на терен в страната. Репортерските разследвания и огласяването за порочни практики по време на избори са от най-добрите публични защити на демократичните права на гражданите.

Мониторингът отчита в наблюдаваното медийно съдържание провеждането на редица предизборни дебати между кандидати за кметове и общински съветници. Трябва да бъде отбелязано, че някои кандидати предпочитат участие в определени медии – например, дебатът в „Денят започва“ на БНТ1 между кандидат-кметове на София е пренебрегнат от Васил Терзиев ПП-ДБ-СС и Антон Хекимян ГЕРБ/СДС за сметка на участие в ДАРИК РАДИО БЪЛГАРИЯ, където се провежда първият словесен двубой между двамата, отразен и в редица нелинейни услуги.

За съжаление на публиката, готвеният съвместно дебат в праймтайма на БНТ1 и БТВ в седмицата преди балотажа между двамата кандидати за кмет на Столична община, не се състоя поради отказ от страна на Васил Терзиев, който отново отива в ДАРИК РАДИО БЪЛГАРИЯ за среща с опонента си Ваня Григорова, която пък не се отзовава на поканата му. Неслучайно редица наблюдатели подчертават, че не само кандидатите за местна власт, но и всички политици в цялост, предпочитат „контролираната комуникация“ с гражданите – пиара вместо диалога. Чуват се и гласове, че реално журналистите и водещите на предизборните дебати са по-добре подготвени по проблемите на местните общности от самите кандидати за изборни места.

Като положителни медийни практики трябва да бъдат посочени провеждането по поръчка на БТВ на експресни социологически проучвания от „Маркет линкс“ и „Алфа Рисърч“ за нагласите на гражданите по общини и за тяхното виждане относно най-наболелите проблеми в града (Благоевград, Бургас, Пловдив, Перник, Варна, Плевен, Русе, София); както и собствена кампания за увеличаване на избирателната активност в НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ и NOVA NEWS, където известни българи от средите на изкуството и културата насърчават хората да пуснат своя глас в урните.

Политическият сблъсък в София на втория тур между Ваня Григорова и Васил Терзиев става повод за редица намеци за произхода на единия кандидат в балотажа, което в известна степен подхрани не само сексистки коментари, но и такива, почиващи на етнически характер. Мониторингът констатира, че хора от ромски произход участват в медийното съдържание при отразяването на акции на МВР срещу купения вот. Често, но не винаги, журналистите уточняват, че акциите са в квартал, населен с роми. В изказванията на някои кандидати за кметове (ВМРО) ромското население се споменава само в негативна конотация във връзка с корупция, незаконни строежи, изборна търговия. Почти всички наблюдавани медии отразяват в новините на 2 ноември как член на СИК в град Видин е бит, тъй като е заснел видеоклип, в който се вижда как едни и същи хора гласуват няколко пъти. Анализатор в медиите подчертава, че този мъж (Кольо Петров) е истинския герой на тези избори, защото физически е понесъл бой в името на честността на вота.

В началото на кампанията една от темите, на които се акцентира в медийното съдържание, е за доверието на гражданите в медиите с оглед кандидатирането за кмет на

София на дългогодишния ръководител на новините на БТВ Антон Хекимян, който преминава от сферата на журналистиката в политиката и по-точно става кандидат за кмет на столицата от ГЕРБ/СДС. Наблюдението на програма БТВ във връзка с отразяването на предизборната кампания за местния вот установи спазване на професионалните стандарти на журналистиката.

Специализираният мониторинг отчита в кампанията за местния вот и редица нарушения, за които е сезирана ЦИК – повечето от сигналите са за непубликувани договори между доставчиците на медийни услуги и политическите субекти, от които да бъде ясно кое аудио- и аудио-визуално съдържание е платено/ безплатно агитационно или журналистическо. Друг значим проблем (постоянен по време на избори) е изнасянето на данни от екзитпола преди финала на изборния ден, за което е сезирана ЦИК. Тук е мястото да се каже, че СЕМ е изпратил на ЦИК 22 писма с 33 сигнала за възможни нарушения на изборното законодателство.

Проверка на сайтове на радиопрограми на търговските доставчици, някои от които със специализирани музикални профили, показва, че за тези местни избори множество радиостанции имат сключени договори за платена агитация, независимо величината на сумите.

Специализираният мониторинг констатира, че аудио-визуалното съдържание в нелинейните медийни услуги във връзка с избори се увеличава, но в същото време вписаните доставчици на услуги по заявка не изпълняват напълно нормите на Изборния кодекс. Възможно е пропуските им, да се дължат на липса на опит какво трябва да бъде поведението на медиите по време на предизборни кампании. Мониторингът констатира, че рядко в нелинейните услуги се публикуват договори или информация за договори за платена или безплатна агитация, или ако се публикуват, това се случва късно, или се публикуват обобщени данни както за текстовата част, така и за аудио- и аудио-визуалното съдържание; при агитиране липсва задължителното означаване „купуването и продаването на гласове е престъпление“, заедно с „платено съдържание“ (ако такова е налично); не се спазват забраните за огласяване на резултати от екзитпол преди финала на изборния ден.

За поредна кампания и този специализиран мониторинг отчита превес на участието на мъжете пред жените в медийното съдържание – средно в линейните услуги мъже участват в 83 на сто от случаите, докато жените са едва със 17 процента участие. При нелинейните положения е почти същото – 85% мъже срещу 15 % жени.

Габриела Наплатанова поздрави всички представители на дирекция Мониторинг на специализирана администрация за колосалните усилия да обхванат толкова пъстрата медийна картина, тъй като в медиите се знае, че местните избори са най-голямото предизвикателство, най-трудните за отразяване. Те са най-диверсифицирани, изискват най-много усилия, тъй като са ангажирани с много повече, неизброимо повече, сюжети по места, които трябва да намерят място както в линейни, така и в нелинейни медии. Това, което са направили колегите е изключително детайлен анализ, в който се виждат много ясно основните сюжети, а именно: съмненията за Костинброд 2 след действията на един заместник-министър и последвал несекретен доклад на ДАНС, последвало решение на ЦИК, последвали изявления на премиера Денков. Ярко се открояват основните послания за града, как са артикулирани те в дебатите. Стана ясно, че те се радват на изключителен зрителски и слушателски интерес, тъй като част от тях се проведеха на територията на Дарик радио. Стана ясно, също така, за несъстоялия се дебат - копродукция между БНТ и БТВ. Станаха ясни и някои подмятания на сексистка и етническа основа, които са доста нелицеприятни и вероятно ще намерят изражение в някакви санкции, може би, които ще предприеме Съветът. Г-жа Наплатанова иска да поздрави колегите за тяхната изчерпателност, защото най-впечатляващ е действително

количеството материал, който те са обхванали в това фокусирано наблюдение, което Съветът за електронни медии е длъжен да прави по закон. Благодарни и ще подкрепят доклада.

Соня Момчилова в заключение изрази мнението, че колегите са работили в условията на безпрецедентен спад в доверието на изборния процес и това е регистрирано в едно детайлно разглеждане в доклада и това, което сподели представителят на Екзакта Рисърч, навежда на тези обобщения и предложи, ако колегите ѝ са съгласни и нямат забележки, да гласуват.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа „за“: Приема доклада. Да се публикува на интернет страницата на Съвета. Да се изпрати на Централната изборителна комисия.

Соня Момчилова обяви закриването на откритата част на заседанието.

ПО ТОЧКА РАЗНИ:

- **Писмо от Министерство на културата за свикване на 04.12.2023 г. на работната група, изготвила проект на ЗИД на ЗРТ в изпълнение на § 12 от ПЗР на Закона за държавния бюджет на Р България за 2021 г. (Приложение 3)**

СЕМ реши участие да вземат Емилия Станева – гл. секретар и Доротея Петрова – директор СА ЛРПРМД.

- **Писмо от Министерство на културата за среща на 08.12.2023 г. на представители на заинтересованите страни във връзка с предстоящо подписване на меморандум за медийна грамотност. (Приложение 6)**

СЕМ реши участие в работна среща да вземат г-жа Пролет Велкова – член на СЕМ и юрист от дирекция СА ЛРПРМД.

- **Покана за участие в дискуссионен панел „Изкуствен интелект. Творчество. Авторско право“ на 05.12.2023 г., организиран от БАМП и Комисия по култура и медии в сградата на Народното събрание. (Приложение 4)**

СЕМ реши на дискусиата да присъстват служител/и от администрацията.

- **Покана за пленарно заседание на ERGA. (Приложение 5)**

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа „за“:

Участие в пленарното заседание и съпътстващите събития на ERGA, които ще се проведат в Брюксел на 12-14.12.2023 г., да вземат Соня Момчилова – председател на СЕМ и Габриела Наплатанова – член на СЕМ.

- **Заместване на председателя на СЕМ**

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа „за“:

Г-жа Пролет Велкова да замества председателя на СЕМ г-жа Соня Момчилова по време на командировката ѝ в Брюксел от 12-13.12.2023 г.

Г-жа Галина Георгиева да замести председателя на СЕМ г-жа Соня Момчилова по време на командировката ѝ в Брюксел на 14.12.2023 г.

Соня Момчилова закри заседанието.

Материали, приложени към Протокол № 34.

Приложение 1 (Дневен ред.)

Приложение 2 (Доклад от Екзакта Рисърч груп ЕООД с вх. № РД-22-0600-57/16.11.2023 г.)

Приложение 3 (Покана т МК с вх. № РД-21 04-04-7/19/29-11.2023 г.)

Приложение 4 (Покана от НС/КМКМ с вх.№ РД-20 01-00-19/28.11.2023 г.)

Приложение 5 (Писмо от ERGA с вх. № МД-08 30-11-104/30.11.2023 г.)

Приложение 6 (Писмо от МК с вх.№ РД-20 04-04-5/30.11.2023 г.)

Соня Момчилова
Председател на СЕМ

Пролет Велкова

Габриела
Наплатанова

Симона Велева

Галина Георгиева

Старши специалист:

.....

Вера Данаилова