

СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ
ПРОТОКОЛ

№ 6

от редовно заседание, състояло се на 12.02.2013 г.

ПРИСЪСТВАЛИ: Анна Хаджиева, Анюта Асенова, Георги Лозанов, Мария Стоянова, София Владимирова.

Начало на заседанието 11.00 часа, водено от Георги Лозанов – председател на СЕМ, деловодител - протоколист - Вера Данаилова.

ДНЕВЕН РЕД:

1. Среща с «БЪЛГАРИЯ ОН ЕР» ООД.
2. Дирекция «Специализирана администрация – НЛРПР» във връзка с постъпили:
 - а) искане по реда на чл. 106 на ЗРТ за прехвърляне на индивидуална лицензия за доставяне на радиослужба № 1-044-01-0109.08.2012 г.;
 - б) искания по реда на чл. 125а, ал. 1 на ЗРТ за регистрации за създаване на телевизионни програми от «ЕС ТИ ЗАГАРА» ЕООД и «БГ ТОП МЮЗИК» ЕООД;
 - в) заявление от «БТВ Медия Груп» ЕАД, постъпило в КРС по реда на чл. 30, т. 12 на ЗЕС и във връзка с чл. 32, ал. 1, т. 18 на ЗРТ.
 - г) информация от Министерството на културата, осигуряваща вписването на данни в Раздел втори на Публичния регистър, поддържан от СЕМ.
Вносител: Ант. Лозенска - Тодорова.
Докладват: Ем. Станева, Р. Радоева.
3. Доклади на Дирекция «Специализирана администрация – НЛРПР» във връзка с:
 - а) писмо от Министерството на културата относно индикаторите за мониторинг и наличието на европейски произведения в програмите и каталозите на доставчиците на нелинейни медийни услуги и прилагането на изискванията на Директивата за аудио-визуални медийни услуги;
 - б) писмо на ФИЛМАУТОР и становища на Министерството на културата и АРТИСТАУТОР относно спазването на чл. 9, ал. 1 на ЗРТ;
 - в) постъпили сигнали от граждани относно програми на доставчици на медийни услуги;
 - г) писмо от Генералния директор на БНР;
 - д) административно-наказателни производства: АУАН №: 94, 111, 112, 114 и 115/2012 г.
Вносител: Ант. Лозенска - Тодорова.
Докладват: : Д. Кирковска, Д. Петрова, Г. Шиникова.
4. Доклад на Дирекция «Специализирана администрация – НЛРПР» във връзка с констатирани телевизионни програми, създавани без регистрации от Съвета за електронни медии.
Вносител: Ант. Лозенска - Тодорова.
Докладват: Р. Радоева и Св. Георгиев.
5. Среща с «Нова Броудкастинг Груп» АД.

Георги Лозанов откри заседанието и подложи на обсъждане дневния ред. Предложи в т. ”втора” да се включи доклад от Ст. Белов; в т. “Разни” информация във връзка с проверка на данните по чл. 125 в от ЗРТ и писма от КРС и МК.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: прие Дневния ред с направените допълнения.

ПО ТОЧКА ПЪРВА: Среща с «БЪЛГАРИЯ ОН ЕР» ООД.

Георги Лозанов: Здравейте. Днес заседанието на СЕМ започва със среща с представители на «БЪЛГАРИЯ ОН ЕР» ООД по тяхно желание. Традиция е за Съвета да прави срещи с доставчици на медийни услуги, когато те развиват своята дейност и искат да представят новите си идеи и планове, включително и да се разбере дали това е в пряка връзка с регулаторната дейност на СЕМ и дали ще изисква някаква промяна на регистрацията и т.н., в зависимост от това в какво се състоят тези планове, така че давам думата да ги представите.

Виктория Миткова: Здравейте и от мен. Днес сме тук за да представим нашето стартирано вече сътрудничество с Международния канал Блумбърг. В тази връзка нашият програмен директор Николина Димитрова ще разкаже малко повече в какво се състои то, за какво става въпрос и защо сме тръгнали в тази посока.

Николина Димитрова: Добър ден и от мен. Щастливи сме да ви представим сътрудничеството ни с такава престижна социална глобална медия като телевизия “Блумбърг”. Нашето сътрудничество няма да се изразява просто в преливане на тяхно съдържание в наше, а ще се постарам да бъдем изключително полезни за нашите зрители. Ние ще се опитаме да бъдем (както и до сега сме го правили) изключително задълбочени в коментарите и анализите, които представяме на нашите зрители и изключително полифонични в новините, които представяме с различни гледни точки. Със сътрудничеството с Блумбърг се надяваме, че ще дадем още по-широка гледна точка на българската аудитория върху глобалните процеси и явления като част от Европейския съюз, като част от целия световен икономически процес. България и българският зрител не могат да бъдат встрани и не бива и не трябва да остават встрани и ние искаме да се надяваме, че сътрудничеството ни с Блумбърг ще дава още по-широк поглед, още по-задълбочени анализи, още повече коментари. Ние ще имаме възможност да предоставяме и да надграждаме върху това, което правим до този момент. Конкретно сътрудничеството ни с телевизията Блумбърг ще се изразява в широк спектър от дейности. Нашите колеги имат пълен достъп до студиата на мултинационалната медия в целия свят, което означава, че българският зрител може да бъде пряк свидетел от първа ръка на големите глобални световни събития. Ние имаме възможност да правим преки включвания с анализатори и коментатори журналисти от голямата медия, които да коментират, да дават локална перспектива за България на глобалните процеси, които се случват. Надявам се, че с това сътрудничество нашата медия ще бъде платформа, на която и зрителят и българският бизнес ще бъдат поставени на съвсем близко разстояние от това, което се случва в света. Намеренията ни са заедно с Блумбърг да правим големи събития, дискусии в които да се задават въпроси, да се дават отговори. Ще правим семинари, обсъждания на събития, които да бъдат в полза на българското общество и в по-голяма степен на българската икономика като част от европейската и световна икономика. Във връзка със сътрудничеството ни с Блумбърг имаме възможност да използваме пълния спектър от техните предавания, коментари и анализи, включително и документалната продукция която те произвеждат и която ние високо ценим. Ние се надяваме, че с това

сътрудничество ще успеем да допринесем още и за позитивният възглед за възможностите, които дава това, което се случва в момента.

Силвия Грозева: продукцията, която ни дава Блумбърг не е само чисто финансово и икономическа. Тя съдържа особено в предаванията си теми като иновации, нови технологии, ноу-хау и прилагане на ноу-хау. Ние смятаме, че българските компании, малкият и среден бизнес както и широката публика имат право да научат още нещо за начина по който да развият своите идеи да бъдат предприемчиви, да оцеляват и да търсят нови възможности. Смятаме, че с програмата с която ще обогатим програмата на България Он Ер ние ще дадем още няколко допълнителни източници на информация, които ще дадат възможност на българското общество да направи по-информиран избор когато взема решение.

Николина Димитрова: когато говорим за дообогатяване на програмата точно тук е мястото да кажа, че ние работим по доста нови наши предавания и издания, които скоро ще станат факт в нашия ефир. Сътрудничеството ни с Блумбърг е дообогатяване, принадлежна стойност върху това, което ние в момента като собствена продукция, като собствени усилия и ресурс правим.

Анна Хаджиева: ще има ли сюжети, които ще подготвя България Он Ер за да бъдат представяни на чуждата публика?

Николина Димитрова: част от сътрудничеството ни е и в тази плоскост когато има теми и сюжети, които са адекватни и наистина представят страната ни в оная светлина която е действителна и реална. Ние ще сме онези, които ще произвеждаме продукта, който ще се излъчи и при тях.

Мария Стоянова: Интересува ме, чисто технологично, как ще изглежда това сътрудничество? Вие звъните на Блумбърг тогава, когато имате нужда за подкрепа, във връзка с коментарирането на дадена тема или анализ, или получавате регулярно техните новини за деня?

Николина Димитрова: и двете. Ние получаваме това което те произвеждат регулярно и също така имаме достъп до всички техни теми. Също така всеки ден ние общуваме, отправяме наши въпроси те отправят въпроси към нас т.е. абсолютно двустранен е процеса.

Силвия Грозева: имаме конкретни теми, които им поставяме и те подготвят специално за нас и съответно в по-основните ни предавания ще правим живи включвания, които са по наши поставени въпроси.

Мария Стоянова: Технологично как сте го оформили? Стиковали сте вашите програми заедно с техните, имате програма/софтуер която сте взели от тях?

Виктория Миткова: Да, стиковали сме нещата така, че да можем да излъчваме: да ги пушем през сателит, през скайп, през всякакъв вид връзки.

Мария Стоянова: Когато те се включват при вас във вашата програма на фона на тяхното лого ли ще бъде, или декорите ще бъдат съобразени с вашата програма?

Виктория Миткова: Не, изцяло нашето лого си е, ние ще добавяме в сътрудничество с Блумбърг..и отдолу ще се изписва името на медията и на човека, който прави коментара при живата връзка.

Мария Стоянова: Да попитам нещо във връзка с вашия радиопроект. В каква степен той ще бъде повлиян от това сътрудничество. Голяма част от радиопроекта ви е свързан с приемане на съдържанието на телевизията, за мое съжаление.

Виктория Миткова: В тази посока нищо не се променя. Голяма част от програмата която излъчваме в телевизията се излъчва и в радиото. След като се излъчват новини на Блумбърг или включване на Блумбърг то ще бъде излъчено и в ефира на радиото.

Мария Стоянова: Планирате ли задълбочаване на радиосъдържанието?

Виктория Миткова: На този етап голяма част от новините ги правим специално за

радиото. По-кратките новини ги правим отделно от тези, които вървят в телевизията и смятаме, че и на този етап голяма част от програмата на радиото е информационна т.е. музиката ни е много по-малко, може би около 30 %.

Мария Стоянова: Може би не поставих правилно въпроса. Имах предвид, разширяване на съдържанието, ориентирано към радиослушателя, защото ми прави впечатление, все още когато слушам радиото ви, че водещите насочват да се види нещо и да се проследи зрително някакъв материал и репортаж.

Виктория Миткова: По принцип сме смятали да вървим в тази посока - да направим собствени предавания за радиото, но на този етап, честно казано, все още не са ни стигнали силите, защото се опитваме да развиваме едновременно няколко неща, но в крайна сметка ние се стараем максимално да не се усеща това, което вие казвате да видят или да проследят, по-скоро винаги казваме, че това се гледа и се слуша едновременно и по радиото и България Он Еър. Не би трябвало да е толкова обърквашо за слушателите.

Георги Лозанов: А чисто пазарно как се комуникира тази икономическа проблематика в момента? Имате ли данни, че започва да се създава собствена аудитория, която има нужда от тази информация. Изследванията какво показват? Защото това е хубаво, обществено полезно, но в някакъв смисъл е комуникативно рисков проект.

Виктория Миткова: Изследванията показват, че тренда расте непрекъснато и плюс това ние се опитваме да комуникираме тази тематика на разбираем, на общо достъпен език. Мисля, че успяваме огромен спектър от въпроси (не само икономически) да ги пречупваме през тематиката на бизнес икономиката. Говорим за култура, говорим за музика, за спорт освен по чисто икономическите теми ..Отваряме ножицата на проблематиката и тренда на аудиторията е нагоре.

Георги Лозанов: И България Он Еър няма да остана нишова телевизия, а ще се превърне в телевизия за голяма част от аудиторията с политематичен профил, така ли? Понеже тук нишите са малки и затова нишовите телевизии са много сложни, макар че това е бъдещето на развитието на тази комуникация.

Николина Димитрова: Ние имаме разнообразна политематична програма ориентирана към България: българско съдържание за българския зрител, за проблемите, които се случват в страната, в отделните гардове, а не само в столицата . Съдържанието, което носи Блумбърг чрез това сътрудничество обогатява финансовия сегмент на нашата програма. За година и половина ние успяхме да ангажираме нашата аудитория. Виждам как тя расте и с това сътрудничество с Блумбърг й даваме възможност да се разшири и да получи още един източник на информация, който да разшири кръгозора на българския зрител и радиослушател потребител на информационни услуги. Ние даваме възможност на хората в България да могат да избират от повече източници, а не само от съществуващите до сега, защото вярно Блумбърг е нишов канал, но той е нишов в изключително специализиран сегмент и ние разширяваме този сегмент в нашата програма, но ще продължим да правим неща, които са свързани с България. Впрочем, България като част от ЕС е част от най-големия пазар в света със 700 милиона потребители, а ЕС търгува с Европа и с Америка т.е. ние не можем да изключим тази информация която ще предадем на българската аудитория чрез съдържанието на Блумбърг. Освен това, българския зрител може да гледа ТВ Блумбърг по кабелните оператори на английски език, но ние даваме възможност на нашата аудитория да гледа макар и малка част от техните предавания на български език с което разширяваме възможностите за достъп до източници за информация на нашите зрители и слушатели.

Георги Лозанов: Мисля, че нещата станаха ясни и затова и питам, за да се види като

краен резултат как ще се отразят промените. Струва ми се, че действително има възможност да се погледне така, че по-скоро ще разширява, отколкото ще затваря аудиторията на Блумбърг България.

Мария Стоянова: Не искам да пропускам възможността да ви поздравя за това. Това е много смела крачка. Блумбърг е нишов канал, но съм убедена, че това е от голямо значение, както и вие открийте за повишаване образоваността на нашите сънародници общо казано, защото се надявам колкото и нишов да е каналът Блумбърг извън България, толкова популярен да стане тук чрез вас.

Георги Лозанов: Това е един много интересен експеримент да се провери дали може един външен нишов канал като се разпространява на българския ефир фактически да е за цялата аудитория, да стане част от политематичното съдържание.

Виктория Миткова: Нашата задача е не да популяризираме Блумбърг, а да дадем на българската аудитория достъп до това съдържание, което иначе не би могла да има на български език.

София Владимирова: когато вие тук преди една година представихте програмата на България Он Ер, тогава говорихме, дали на българския пазар има място за такъв тип телевизия. Сега една година по-късно на тази среща това е факт, което доказва вашата отговорност към българската аудитория.

Георги Лозанов: Да, въпросите, които възникнаха преди една година, сега някои от тях получават позитивен отговор.

Анна Хаджиева: Тъй като имате маст кери, вероятно правите планове за изнасяне на друга платформа. Ще използвате ли възможностите си на мултиплекса за да давате допълнителни услуги?

Николина Димитрова: Все още не сме мислили в тази посока, тъй като се опитваме да направим много неща изведнъж за много кратко време. Самият факт на маст кери, на цифровизацията е нещо ново за нас.

Георги Лозанов: То е ново, но е непосредствено предстоящо ...

Николина Димитрова: Предстоящо е и може би ще се случи съвсем скоро.

Виктория Миткова: За мен е важно да отбележим, че освен преки включвания, ще можем да изпратим наши журналисти в студиата на Блумбърг да се правят интервюта с хора от световния бизнес. Ще имаме и достъп до всички международни събития както и да задаваме въпроси които интересуват българския зрител.

Георги Лозанов: Благодаря за тази среща. Действително вкарвате оптимистична нотка в нашата дейност, която не винаги е много оптимистична. Дори извън каквато и да е социологическа представителност. Изглежда, че това е тона, който зрителите искат да се информират и без драматургия го получават от вашата медия.

ПО ТОЧКА ВТОРА: Дирекция «Специализирана администрация – НЛРПР» във връзка с постъпили:

а) искане по реда на чл. 106 на ЗРТ за прехвърляне на индивидуална лицензия за доставяне на радиоуслуга № 1-044-01-0109.08.2012 г.;

а) заявление за прехвърляне на индивидуална лицензия с вх. № ЛРР12-20-00-37 от 01.02.2013 г. на „Радиокомпания Си Джей“ ООД; Велико Търново
Извършена е проверка на представените документи констатирани са пропуски.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: да се изпрати писмо на „Радиокомпания Си Джей“ ООД за отстраняване на пропуските.

б) заявление от кмета на община Етрополе за “отпускане на радиочестота”.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: да се изпрати писмо до кмета на Община Етрополе, с което да се уведоми, че следва да отправи до СЕМ искане (по образец), в което може да посочи освен териториален обхват и желаната точка на излъчване.

в) нови предложения за Правилата за работа на УК по цифровизация от „БТВ Медиа Груп“ ЕАД и „България Он Еър“ ООД с вх. № 04-05-1(12) от 01.02.2013 и 05.02.2013 г.- проект на писмо от СЕМ с позиция;

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: прие предложения проект на отговор.

г) писмо вх. № ЛРР-13-10-00-6от 07.02.2013 г. на КРС с искане за изменение на разрешението на БТВ Медиа Груп ЕАД. Изменението е в параметрите на станциите за Бели Искър, Кайнарджа и Обзор.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: Не възразява КРС, при спазване разпоредбите на ЗЕС, да ИЗМЕНИ Разрешение № 00757/21.07.2008 г. на БТВ МЕДИА ГРУП ЕАД, за ползване на индивидуално определен ограничен ресурс - радиочестотен спектър за осъществяване на електронни съобщения чрез електронна съобщителна мрежа за наземно аналогово радиоразпръскване на телевизионни сигнали на територията на Р България, както следва: № 29 Бели Искър Канал ТХ 35 Честота ТХ 586 МНz; № 264 Кайнарджа, Канал ТХ 49, Честота ТХ 698 МНz; № 421 Обзор ,Канал ТХ 40, Честота ТХ 626МНz. За решението да бъде уведомена Комисията за регулиране на съобщенията.

д) влязло в сила решение за класиране на кандидатите в Пазарджик.

Във връзка с влязло в сила Решение № 61/01.03.2012 г. за класиране на кандидатите в конкурса за радиодейност за град Пазарджик, честота 88.6 МНz влезе в сила на 06.02.2013 г. обсъди проект на лицензия за доставяне на радиоуслуга на ВАВА ТУР ЕООД - лицето, спечелило конкурса.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: приема проекта на лицензия за доставяне на радиоуслуга на ВАВА ТУР ЕООД за програма с наименование „Радио ТВ 9”, с общ (политематичен) профил, местен обхват на разпространение - град Пазарджик, честота 88.6 МНz.

е) заявление с вх. № ЛРР-02-19-00-163/30.01.2013 г., от “ЕС ТИ ЗАГОРА” ЕООД, за издаване на удостоверение за регистрация на телевизионна програма с: наименование “TV ZAGORA / ТВ ЗАГОРА”, разпространение чрез кабелни електронни съобщителни мрежи, покритие регионално за област Стара Загора, търговски оператор, с общ (политематичен) програмен профил, начална дата на разпространение 01.04.2013 г. и продължителност - 24 часа.

След проверка на представените документи са констатирани недостатъци.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: На основание чл.125а, ал. 3 във връзка с чл. 112, ал. 2 от ЗРТ, дава 7-дневен срок на кандидата “ЕС ТИ ЗАГОРА” ЕООД за отстраняване на констатираните недостатъци.

ж) заявление с вх. № ЛРР–02-19-00-164/30.01.2013 г., от “БГ ТОП МЮЗИК” ЕООД, за издаване на удостоверение за регистрация на телевизионна програма с: наименование “ДЕСТИНАЦИЯ BG”, разпространение чрез кабелни електронни съобщителни мрежи и сателит, покритие национално, търговски оператор, със специализиран (информационно - туристически) програмен профил, начална дата на разпространение 04.02.2013 г. и продължителност - 24 часа.

Констатирано е, че програмата ДЕСТИНАЦИЯ BG се излъчва без регистрация от сателитния оператор “Булсатком” АД.

Предложението на експертите е да се предприемат действия по съставяне на акт за установяване на административно нарушение по чл. 126 в, ал. 2 от ЗРТ – на лице, което без регистрация предоставя за разпространение радио и телевизионни програми. Да се уведоми КРС за разпространение на нерегистрирани програми от “Булсатком” АД.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: На основание чл.125а, ал. 3 във връзка с чл. 112, ал. 2 от ЗРТ, дава 7-дневен срок на кандидата “БГ ТОП МЮЗИК” ЕООД за отстраняване на констатираните недостатъци.

з) Доклад от Стефан Белов гл. инспектор във връзка с наблюдение на телевизионно предаване “Денис и приятели”.

ПО ТОЧКА ТРЕТА: Доклади на Дирекция «Специализирана администрация – НЛРПР» във връзка с:

а) писмо от Министерството на културата относно индикаторите за мониторинг и наличието на европейски произведения в програмите и каталозите на доставчиците на нелинейни медийни услуги и прилагането на изискванията на Директивата за аудио-визуални медийни услуги;

София Владимирова предложи да се направи едномесечен мониторинг за да се проследи как се изпълнява препоръката за задължителния процент независими продукции. Според нея е необходимо в най-кратки срокове СЕМ да изработи система по която тези проценти да се изчисляват и проследява тяхното изпълнение

Георги Лозанов е съгласен, но мониторя би било добре да се направи след като се изработи методиката.

София Владимирова предложи да се направи мониторинг и да се попитат медийните доставчици за достигнатите от тях проценти. Може да се направи и среща заедно с телевизионните продуценти, тъй като до сега е воден разговор само с БНТ.

Георги Лозанов предложи да се поиска освен процента и поименното изброяване на програмите.

Диляна Кирковска представи доклад за предстоящите действия съгласно обсъждане в

Брюксел и таблица за отчет за услуги по заявка.

б) писмо на ФИЛМАУТОР и становища на Министерството на културата и АРТИСТАУТОР относно спазването на чл. 9, ал. 1 на ЗРТ;

Диляна Кирковска докладва писмо вх.№ 21-00-171 (12) от 28.01.2013 г. на ФИЛМАУТОР и становища на Министерство на културата и Артистаутор във връзка с твърдението за излъчването на филма „Боянският майстор“ от „Нова бродкастинг груп“ АД без уредени права. МК в писмото си споделят, че нямат основание за санкция.

в) постъпили сигнали от граждани относно програми на доставчици на медийни услуги;

Доклад за зрителски сигнали по преписка НД-05-94-00-66/51/52/74 относно телевизионните програми “СИТИ” и “THE VOICE”.

Диляна Кирковска докладва за постъпили в СЕМ 28 сигнали на зрители с упреци и възмущения от телевизионните програми “СИТИ” и “THE VOICE” за пускане на “нецензурни” песни, “вулгарни” текстове и т.н. Предлага да се отговори на зрителите, че сигналите им не съдържат конкретика за часови пояси на излъчване или за конкретни песни.

г) писмо от Генералния директор на БНР;

Антоанета Лозенска докладва писмо отговор на Валерий Тодоров до г-н Слави Бинев във връзка с неговото писмо, че не се отразяват действията им. Г-н Валерий Тодоров счита, че всички общозначими теми и събития се отразяват обективно в програмите на БНР при спазване принципите на правдивост и балансираност на различните мнения.

д) административно-наказателни производства: АУАН №: 94, 111, 112, 114 и 115/2012 г.

Гергана Шиникова докладва АУАН № 94/12.11.2012 г. в нарушение на чл. 125в, т. 1 от ЗРТ във връзка с чл. 126а, ал. 5, т. 2 от ЗРТ.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: относно АУАН № 94/12.11.2012 г. прекратява акта.

Гергана Шиникова докладва АУАН № 111/29.11.2012 г.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: относно АУАН № 111/29.11.2012 г., съставен за нарушение на чл. 75, ал. 1, изречение първо от ЗРТ, възлага на председателя да издаде наказателно постановление.

Гергана Шиникова докладва АУАН № 112/29.11.2012 г.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: относно АУАН № 112/29.11.2012 г. , съставен за нарушение на чл. 75, ал. 1, изречение първо от ЗРТ, възлага на председателя да издаде наказателно постановление.

Доротея Петрова докладва АУАН № 114/06.12.2012 г.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: относно АУАН № 114/06.12.2012 г. , съставен за нарушение на чл. 75, ал. 1, изречение първо от ЗРТ, възлага на председателя да издаде наказателно постановление.

Доротея Петрова докладва АУАН № 115/06.12.2012 г.

Решение:

СЕМ реши с 5 (пет) гласа “за”: относно АУАН № 115/06.12.2012 г. , съставен за нарушение на чл. 75, ал. 1, изречение първо от ЗРТ, възлага на председателя да издаде наказателно постановление.

ПО ТОЧКА ЧЕТВЪРТА: Доклад на Дирекция «Специализирана администрация – НЛРПР» във връзка с констатирани телевизионни програми, създавани без регистрации от Съвета за електронни медии.

СЕМ прие информацията и възложи на Дирекция «Специализирана администрация – НЛРПР» да извърши действията, предвидени в ЗРТ.

ПО ТОЧКА ПЕТА: Среща с «Нова Броудкастинг Груп» АД.

Георги Лозанов: Колеги, добре дошли, благодаря, че се отзовахте. Срещата е по наше искане и е във връзка с констатации за проблеми от гледна точка на ЗРТ в предаването “На кафе”. Ние сме правили и друг път такива срещи. Аз си давам сметка, че има формати по-рискови от гледна точка на закона и други, които не носят такава потенциална възможност. Понеже за нас е важен резултатът да се спазва закона, санкциониращата дейност не е самоцел на Съвета. Ние ползваме и други методи на регулация, да я наречем мека регулация, която по пътя на диалога по-скоро да води до това да не се появяват нарушения, а не да ги констатираме е санкционираме, което във всички случаи не е приятно за никого включително и за мен да подписвам наказателните постановления. Разбира се диалогът, а и дебата е важен, защото прилагането на закона минава през различни виждания и накрая СЕМ, членовете му по съвест трябва да вземат решение, за да може това решение да е максимално справедливо и обективно. Нека първо да водим един разговор, за да ако може така да се каже, да имаме по-облекчена съвест, когато вземаме решения. И аз затова благодаря, че се отзовахте и затова правим тази среща. Най-напред ще дам думата на колегите от нашата специализирана администрация, която извършва мониторинг на телевизионното съдържание да ви запознаят с констатираните от тях проблемни казуси.

Антоанета Лозенска: поводът за срещата днес са въпросите по отношение изтъкване качествата на позиционирани продукти и така нареченото тематично позициониране, което определя и редакционното съдържание, все теми, които са недопустими съгласно ЗРТ .

Адриана Василева представи доклада на дирекцията от извършения фокусиран мониторинг на предаването “На кафе, излъчвано по програма “Нова телевизия” на доставчика на медийни услуги “Нова Броудкастинг Груп” АД. Посочи установени конкретни случаи на позиционирани продукти в предаването, в отклонение на изискванията в ЗРТ и в Методическите указания на СЕМ за тази форма на търговско съобщение.

От екипа на предаването “На кафе” изрази мнението, че много внимателно подготвят всяко предаване и търсят възможност да бъдат както полезни на зрителите,

така и да не нарушават закона.

Гала обясни, че специално за морската вода темата е била разработена от гледна точка да се обяснят нейните полезни свойства, а продуктите са били там като илюстрация на това.

Анна Хаджиева: когато преди една година подготвихме методическите указания това предаване беше в основата на направените отстъпки от принципната ни позиция. Направихме ги, за да можем наистина да не ви пречим, да отстъпим от позицията, че тогава когато има продукт със съответната марки и вие имате доводи да го позиционирате и използвате на “сцената” в по-широк смисъл. Маже да става дума за качествата на витамини, или на процедури и т.н., ако това е темата. Тогава казахме, че може да има разговор по темата примерно полезност, качества на продукта, но трябва да има критично отношение. В момента в който се появи продуктът трябва да има и знак, който АБРО прие, че трябва да направите. Собствен знак, за да може зрителят да е информиран. Целта е зрителят да знае кога е мотивирано търговски едно представяне на темата и кога вие абсолютно редакционно и безпристрастно я представяте.

Мария Стоянова: и ако трябва да цитираме закона: “насърчава се пряко закупуване, или наемане на стоки, или услуги и по-специално като се рекламират изрично въпросните стоки или услуги. ..”

София Владимирова: като не се казва нито едно отрицателно качество на този продукт, например за тази морска вода ако се каже, че при някои ситуации тя не би могла да бъде полезна, или би могла да навреди когато... имайте едно на ум защото... Давам пример с това което гледахме..

Анюта Асенова: например, дори с витамин “С” има случаи когато е противопоказан...

Гала: само да вметна, че когато има противопоказания винаги се казва: “бременни, кърмещи и т.н., но морската вода е продукт, който няма противопоказания....”

Георги Лозанов: темата е журналистическа. Това журналистическо разгръщане има своя редакционна зависимост, своя логика, правила. В него вече може да се появи продукта и това е позициониране: когато не изтъкваш продукта, а той се появява само като елемент от драматургията.

Гала: имаше една такава част в която се казваше, че не е въпроса в това да си гребнеш канче вода от морето и да се самолечуваш. Беше обяснено и се показва от къде точно се взема тази вода, при какви обстоятелства, че трябва да е от място на определени течения и т.н. и става въпрос за всички продукти, които съдържат такава вода..

Мария Стоянова: да не се казва само една фирма, която го предлага като услуга или възможност. Вие обръщате вниманието единствено и само върху този продукт. В това е проблемът.

Георги Лозанов: тук има известно изтъкване, което минава границите. Вярно е, че дълго се говори само за морската вода, но в крайна сметка целият този разговор води до това да си купиш продукт на тази марка. И тогава това се приема за необосновано изтъкване и затова ние водим този разговор, за да потърсим един баланс.

Мария Стоянова: Преди три години в Европа се заговори и се започна либерализация на рекламния пазар с продуктово позициониране. Всичко това се направи с цел да се подпомогне филмовата и телевизионната индустрия на Европа, защото до скоро всички ние бяхме само зрители на филми като за Джеймс Бонд, в който има продуктово позициониране. Всеки е гледал филми, в които има очевиден продуктово позициониране, но вие сами в конкретния смисъл, в конкретния пример сигурно правите разлика между продуктово позициониране – показването на едни продукт, неговото използване в някакъв драматургичен журналистически или информационен контекст и директното демонстриране на неговите качества, както е в конкретния случай с този спрей с морска вода. Всъщност ви разбирам и вас, защото проблемът

действително е голям. Продуктовото позициониране може да се гледа от юристите като малкия брат на скритата реклама. Факт е обаче, че има закон, който ни помага да се ориентираме в ситуацията и той казва недвусмислено: “да не насърчават пряко закупуването”... Далеч съм от мисълта да ви давам съвет, да ви кажа как може и трябва да се направи, но си мисля като зрител, (аз гледах това предаване) и понеже самата аз ползвам морска вода когато имам хрема, на мен наистина ми липсваше информация за друг вид средство, или друг вид марка. Тогава ми беше абсолютно ясно, че вие единствено и само ми пропагандирате тази фирма, понеже говорим за конкретния случай. Контекстът може да бъде и в Европа е регламентирано по следния начин: когато водещата идея не е комерсиална, а драматургично-тематична, тогава говорим именно за продуктово позициониране. Когато водещата идея е комерсиална, всъщност насърчава да се купи определен продукт, тогава има проблем.

Георги Лозанов: изглежда като платен репортаж. Това трябва да бъде журналистическо предаване, което има своя тема и в нея, по един деликатен начин ненаатрапчиво да се появи евентуално продукта като естествен елемент от развитието на темата. А тук по-скоро той е в центъра, а всичко друго е направено в негова полза и с изтъкване. Трябва перспективата да се обърне, защото то става като платен репортаж, което е съвсем друго и трябва да има надпис: “платен репортаж”, който се включва в определено време и т.н. Разбира се, ние затова разговаряме и не сме минали към санкциониращи действия, защото има известна граница, която трябва да установим в този диалог.

Елена Вълкова: Смятам, че присъствието на колегите от предаването на “На кафе” е ключов затова да се разбере практическият начин по който да прилагаме указанията. Това, че приехме този допълнителен различен метод беше крачка в правилната посока и то именно в посока на ограничаване на продуктовото позициониране чрез допълнителна информация за зрителите, което аз смятам, че ние сме направили въпросът е как го отличаваме съдържателно при положение, че се връщаме към разговор да има повече марки...

Георги Лозанов: не става въпрос за марки, става въпрос за по-малко присъствие.

Мария Стоянова: 40 -50 мин. от цялото предаване е отделено само на тази тема.

Анна Хаджиева: само на морската вода свързана с плюсовете когато я прилагаш под формата на тези продукти, които трябва да закупиш. В крайна сметка морската вода е полезна и за кожни заболявания и т.н., а вие я поставяте в една определена нейна роля на полезност и я изтъквате. Те не ви плащат за да казвате колко е полезен този продукт и това е грешно. Договорът е за да го покажете. Разказът за него вече е платен репортаж, или скрита реклама.

Георги Лозанов: с рекламата е лесно, снимаш и после изтъкваш качества, докато тук е много по-фрагментарно. Аз мисля, че това беше важно да го напомним. И отново да ви помоля с продуктовото позициониране да се отнасяте по-внимателно, каквото и да означава това. Проблемът е в експертното говорене, как се изговарят тези проблеми, което е сложно, и е въпрос на словесна технология. Но когато види човек предаването, почти няма съмнение дали върви в тази посока, която струпва рекламни послания директно, или е журналистически независимо съдържание.

Благодаря ви че бяхте тук .

Материали приложени към Протокол № 6

1. Дневен ред

2. Докладна записка от Антоанета Лозенска с изх. № НД-04 30-07- 10/11.02.2013 г.

ЧЛЕНОВЕ НА СЕМ:

Анна Хаджиева **Анюта Асенова**

Мария Стоянова

Георги Лозанов **София**
председател **Владиминова**

Старши специалист
деловодител-
протоколчик:
Вера Данаилова