

СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

ПРОТОКОЛ

№ 23

от заседание, състояло се на 27.03.2006 г.

ПРИСЪСТВАЛИ: доц. д-р Лилия Райчева, доц. д-р Маргарита Пешева, Мария Стефанова, проф. Марко Семов. д-р Райна Николова, Райчо Райков, Стефан Димитров. Тома Иванов.

ОТСЪСТВАЛИ: Юлиана Тончева.

ДНЕВЕН РЕД:

1. Среца със социологическите агенции “Маркет Тест” и “ББСС”.
2. Докладна записка от отдел “Лицензиране и регистриране”.
3. Писмо от Министерство на отбраната във връзка с провеждане на курсове.
4. Покана от ОССЕ за участие в конференция в Будапеща.
5. Информация от Цветана Дончева, експерт “Международна дейност” в отдел “АИО”.
6. Отчет от БНР за периода 01.10.2005 г. – 31.12.2005 г.

Начало на заседанието 11,00 часа, водено от Райчо Райков, Председател на СЕМ, протоколист Михаела Йоргова.

Райчо Райков откри заседанието и предложи за обсъждане дневния ред.

СЕМ гласува с шест гласа “за” дневния ред на заседанието с допълнение: информация от Маргарита Пешева и доклад от Георги Караиванов относно предстоящи мероприятия, свързани с честотното планиране на цифрово наземно радиоразпространение. (Стефан Димитров и Тома Иванов не присъства при гласуването – предупредили са, че ще закъснеят).

ПО ТОЧКА “ПЪРВА”:

Ивайло Богомилов, представи доклада от “Таргет груп индекс” – изследването, което е част от договора. В него са подадени различни показатели, свързани с медийното поведение на българите, живеещи в градовете, на възраст 15 – 69 години. В изследването се съдържа разнообразна информация, свързана на първо място с медийното поведение като цяло, слушаемост, гледаемост на радио- и телевизионната аудитория; по часови интервали, продължителност на гледане и слушане, съответно – дни от седмицата в които се гледа и слуша; разбивки по голям набор от демографски характеристики и разпределение по тип населено място, което също е част от демографските характеристики. Общите наблюдения от радио- и телевизионната аудитория е плътна и са описани в двете части на доклада (за радиото и за телевизията). Според изследването, при радиоаудиторията в последните три години се наблюдава намаляване на радиоаудиторията (за градско население във възрастовия диапазон – 15 – 69 години). Наблюдава се намаляване на интереса към новинарските емисии и, като цяло – увеличаване на интереса към музикалните и развлекателните емисии (отново става въпрос за радиоаудиторията). [Това се наблюдава и като тенденция и при сравняване на радиоаудиторията на различните радиостанции и двете големи национални радиостанции – “Дарик” и “Хоризонт”. При “Христо Ботев” се наблюдава спад на аудиторията, докато увеличаване на аудиторията има на музикалните и

развлекателни предавания. Това се потвърждава и от информацията, получена за предпочитанията на хората към радиопредавания и жанрове. Наблюдава се като цяло спад към информационни предавания и новинарски и политически тематики в радиоаудиторията и повишаване интереса към развлекателните предавания. В музикалния жанр в различните региони в страната в зависимост и от демографската структура – при по-възрастните хора има увеличение на интереса разговори по телефона (различни видове радиодобати). При музикалните жанрове изследването се прави по международна методика по 4-степенна скала: “специално избирам да слушам”, “слушам, защото някой друг се интересува”, слушам, защото няма нищо по-интересно”, “не слушам този тип предавания/музика”. Първите три позиции са българската поп-музика, поп-фолк- музиката, народната музика. Спада интереса към фолклорната музика – като цяло може да се наблюдава тази тенденция. Около 20% от градското население са казали, че специално избират да слушат българска фолклорна музика (автентична фолклорна); около 22% предпочитат да слушат поп-фолк и 23 – 24% предпочитат българска поп-музика. Специално към поп-фолк музиката, като цяло, има намаляване на интереса към слушане. Българската фолклорна музика се слуша в по-малките населени места и от малко по-възрастни хора (като тенденция). Намаляването на интереса към поп-фолк-музиката може да се обясни (да се анализира), че е свързано с тенденциите поп-фолк-изпълнителите, които напоследък все повече се стремят да изчистят имиджа си от чалгата. Музиката започва да придобива образ на популярна музика (на естрадна музика от преди години); все повече се появяват и парчета, изпълнявани от фолк-поп-фолк- певици, от оперни певици и т.н., т.е. смесват се жанровете. По отношение на телевизионната аудитория – тъй като изследването е представително за градското население (не се проследяват само имащите телевизори и гледащите). Около 98 – 99% от населението гледа телевизия в рамките на последния месец (градско население във възрастовия диапазон – 15 -69 години). Лидер в телевизионната аудитория е “бТВ”, следвана от “Канал 1” и “НТВ”. “бТВ” се гледа от почти цялата аудитория, докато “Канал 1” и “НТВ” събират около 92 – 93% от телевизионната аудитория. За последните три години “бТВ” увеличава аудиторията си, което се дължи както на увеличаване на техническото покритие, така и на разнообразяване на програмната си схема. Според г-н Богомилов и трите канала почти са достигнали максимума. Кабелизацията е средно около 68% - това са хората, които декларират, че са абонати на кабелна телевизия; най-ниска е кабелизацията в София и Югозападна България. В Северозападна България, където икономическото състояние е най-лошо, кабелизацията е най-голяма. Най-гледани са “Диема+”, “Планета”, след което се нареждат “Веселина”, като трябва да се отбележи, че телевизия “ББТ” и “Европа” се нареждат на 5 или на шесто място по гледаемост. Ниската гледаемост на тези телевизии е обусловена и от технически проблеми – свързани с недопускането им в кабелния ефир от част от кабелните оператори. Тъй като “Диема +” и “Планета” предлагат друг тип информация и развлечения, много от кабелните оператори предпочитат да ги включват, за да направят гледаеми кабелните си програми. При телевизионното поведение, за разлика от радиоповедението освен че няма спад към гледаемостта като цяло, се наблюдава стабилни (дори увеличаващи се позиции (на новинарските емисии – както международни, така и български), политически предавания, дебати. Музикалните предавания имат стабилни позиции. На зададен въпрос относно гледаемостта на телевизия “СКАТ” г-н Богомилов отговори, че според изследванията телевизия “СКАТ” губи между 1/3 и 1/4 от аудиторията си през последните 3 години. След изложението г-н Богомилов отбеляза, че очаква от тази среща да разбере какви са очакванията на СЕМ от агенцията, тъй като това, което могат

да направят, е коментар на цифрите и някои изводи за тенденциите. Възможно е да се направят немалко изводи, но очаква да разбере в какви рамки да се ограничат.

Милкана Николова няма да се впуска да преразказва всичко, което е подадено в доклада, а по-скоро ще акцентира върху съществените според нея моменти. За да бъде напълно коректна, отбелязва, че двете агенции представят абсолютно различни изследователски подходи. Представеното от Ивайло Богомилов е само относно градската аудитория. В доклада на “ББСС” са представени национални представителни изследвания. Едното засяга телевизия - национално представителен пийпълметричен панел в който обхванатото население е над 4-годишна възраст. Изследването, представящо радио, е отново национално представителен дневников панел, където обхванатото население е над 12-годишна възраст. Така данните от двете агенции не могат да бъдат пряко сравнявани. Обобщението на агенцията съдържа тенденции за телевизионно гледане в последните три години (средногодишни данни). Констатира намаляване на гледането на телевизия в две посоки – от една страна по-малък процент от населението гледа телевизия (индикаторът е поне 1 мин. дневно), а от друга страна – констатира, че хората прекарват по-малко пред телевизора си. Особено засилени са тези тенденции за активните групи (младежният таргет между 12 и 17 години и активната аудитория 18 -35 общо, а особено групата 18 – 35 години – жени). С това изследване агенцията се занимава активно през последните три години, тъй като доставя и данни на телевизии и на рекламодатели. Тази група представлява основна – целева група за рекламата. В големите населени места се регистрира все по-фрагментирано телевизионно гледане. Конкретно при жените се наблюдава спад на гледане с оглед на цялостна промяна на техния начин на живот. Тенденцията вечер цялото семейство да сядат пред телевизора считат, че вече не е актуална. Втората тенденция, която се наблюдава, е противоположна – в малките населени места, там също се наблюдава намаляване на телевизионно гледане от жени в активна възраст, като причината е по-скоро заетост на тази група извън населеното място. В този смисъл, смята, че ще бъде интересно да се спомене това, че телевизионното гледане става все по-коментирано. Все още трите национални канала имат 70 % пазарен дял, макар че посоките за всеки един от тях са различни. “бТВ” през последните години удържа позициите си на лидер на пазара; забелязват тенденция на спадане на пазарния дял на “Канал 1”, а за сметка на това – той се компенсира от “НТВ”, която повишава както техническото си покритие, така и пазарния си дял. Според данните на агенцията “НТВ” през последните три години покритието на национална база (различно от това, което е отбелязал колегата от “Маркет Тест”) се движи от 50 % към 77% и през 2005 г. тази телевизия покрива 84 % от страната технически. Що се отнася до техния пазарен дял – той се движи средно за годината в рамките от 7 - 9 на 13% за 2005 г. “НТВ” фокусира вниманието върху младата аудитория. От трите национални канала, това е каналът с най-млада публика (вероятно поради подбора на предаванията от типа “Стани богат”, “Биг Брадър” и т.н.). Кабелното покритие в страната е съществен фактор за развитие и е пряко свързано с последваща лицензионна политика. В последните години то е в рамките на 54 – 56% (такъв процент от домакинствата имат кабелна телевизия). Фактът, че се пускат все нови и нови телевизионни програми не е свързан с това, че реално аудиторията успява изобщо да разбере за тяхното съществуване; възниква въпросът дали има място на пазара за нови и нови играчи. Изводите на агенцията биха могли да бъдат полезни на СЕМ с оглед на това, че, както вече е отбелязала, трите национални телевизии по настоящем са със 70% пазарен дял, т.е. почти цялата гледаемост е фокусирана в тези три канала. Що се отнася до кривата на гледаемост – има лек ръст в сутрешните телевизионни програми, които печелят популярност в последните години и лек спад в т.нар. прайм тайм – часовият интервал

между 19,00 и 22,00 или 22,30 часа. За трите телевизии тенденциите са различни. За лидера на пазара – “бТВ” съществено е да се каже, че това, което преди години е било характерно за тази телевизия – изместеният прайм тайм след 22,00 часа заради успешното шоу предаване “Шоуто на Слави”, към момента “бТВ” се връща към нормалната крива на гледаемост. Сред най-гледаните предавания са новинарските емисии на “бТВ” и филмовата продукция. Този канал, както и другите два, са гледани предимно между 19,00 и 22,00 часа. По отношение на жанрови предпочитания, агенцията измерва не декларацията какво харесват или биха желали да гледат телевизионните зрители, а тяхното фактическо поведение. В този смисъл, когато се съпоставят данните с онези от омнибусното изследване, поръчано от СЕМ и което все още агенцията не е предоставила, следва да се удържа идеята, че има разлика между онова, което се декларира и какво реално се гледа. Не е напълно съгласна с тенденцията, изложена от Ивайло Богомилов, че поп-фолкът или чалга-форматите в известен смисъл губят популярност. Двете телевизии – “Планета” и “Веселина”, които могат да бъдат характеризирани предимно с излъчващи този тип музика, за последните години удържат доста високи позиции – след националните канали и “Диема+” веднага по пазарен дял се класира телевизия “Планета”, т.е. все още аудиторията реално консумира този тип предавания. Що се отнася до радио – отново повтаря, че се измерва с дневников панел, среднодневното покритие с радио е без съществена промяна за последните три години. Забелязва се малко по-продължителна употреба на радио. За разлика от телевизията, то не е фокусирано изцяло в домакинството – доста хора слушат радио в автомобили, на публични места, вкл. и на работни места, без те пряко да избират какво точно да слушат. Затова предпочитанията към радио могат малко по-трудно да бъдат измерени. Радиото все още продължава да бъде с водещи позиции – като информационен източник, в сутрешните часове, макар сутрешните телевизионни блокове да набират скорост. По отношение на радио безспорен лидер продължава да бъде “Хоризонт”, като вероятно една от причините е тяхното почти 100% техническо покритие. На твърде наситения Софийски пазар (над 30 действащи радиостанции) конкуренцията е особено изострена и в този смисъл двете малко “по-стари” радиостанции “ФМ+” и “Дарик” сред частните, леко губят позиции за сметка на новите формати (най-вече музикални – “Мила голд” “Фреш”, “Сити” и т.н.). Връщайки се към темата с поп-фолка и с чалгата, “Веселина” и на национален и на Софийския пазар също е в първата петица.

Ивайло Богомилов отбеляза, че проблемът при измерването на радиоаудиторията е доста по-съществен, защото голяма част от радиостанциите излъчват и по интернет и могат да се слушат и там, където няма никакво техническо покритие.

След представянето на данните от двете агенции **Маргарита Пешева** отбеляза, че това, което “Маркет Тест” представя по планови райони, е добре. Обръща внимание, че за нуждите на СЕМ е нужно да бъдат анализирани нагласите и предпочитанията на радио- и телевизионната аудитория по жанрове. Решетката през 2002 г. е била през 16 градове. Сега “ББСС” дават решетка от 5 градове. Първият въпрос е дали е възможно по всички планови райони да се увеличат тези градове? Така ще може да има съпоставимост на данните. По отношение на представените данни от “Маркет Тест” относно радиоаудиторията би се радвала, ако коментарът бъде преработен така, както и телевизионната аудитория – накрая за всеки планов район да се изнесат жанровите предпочитания. При телевизионната аудитория, подадена от “ББСС”, не са подадени поне по един областен град – регионалните аудитории. Добре е да се наблегне на ефирното разпространение, защото то е важно за СЕМ в предстоящите конкурси. Кабелизацията е много важна по принцип за националната телевизионна аудитория, но ефирното разпространение е много важно. Счита за важен въпроса за сравнимост на

тези коментари, които се правят относно радио- и телевизионната аудитория за периода 2003 – 2005 г. и върху национална база и върху региони и това, което Съветът ще получи за 2006 г. от въпросника (като коментар за 2006 г.), т.е. не вижда пречка по определени индикатори да се направи цялостен анализ на радио- и телевизионната аудитория – един общ коментар на финала, който да обхваща 2003 – 2006 г., т.е. да се изведат тенденциите 2003 – 2006 г., като данните, които сега са подадени и данните, които ще бъдат получени като коментар върху въпросника, за да се уловят тенденциите по планови райони и на национална база. Би било добре, ако това е възможно и по градове, за да може да се види в рамките на 4-годишен период какви са тенденциите на регионалните аудитории към съответните радио- и телевизионни жанрове. Това би облекчило Съвета в предстоящата лицензионна процедура. Във връзка със заложените раздел за развитие на радио- и телевизионната дейност за 2003 – 2006 г. знае, че двете агенции правят наблюдение на brutните рекламни обеми за телевизия и за радио – няколко телевизии и радиостанции. Пита дали е възможно на годишна база от 2003 г. нататък да се направи малък коментар за развитие на радиопазара и на телевизионния пазар. Такава информация е много нужна на СЕМ в предстоящото лицензиране. (Става въпрос само за обобщените годишни резултати, които агенциите имат като наблюдение на brutните рекламни обеми със съответните 40 % редукиции след приспадане на отстъпките). Това би дало повече светлина върху общото развитие на радио- и телевизионната дейност за този период. Това би дало яснота как регионално се развиват пазарите – за разликата между радио- и телевизионните пазари – вътре в тези пазари. Пита дали е възможно накрая да бъде получен обобщен доклад, който да включва и тези раздели и в този доклад да бъдат подредени всички таблици, които двете агенции смятат за необходими.

Милкана Николова поясни, че данните, които тепърва предстои да подадат – обобщението на данните от омнибуса, се опасява, че не могат да дадат представителност за конкретни градове. Национално представителната извадка (както е оферирана от 1000) дават доста разбивки, вкл. и 6-те планови райони, но не и на ниво отделни градове. Това не е въпрос на нежелание, а е свършено обективна особеност на изследването. Очевидно това ще бъде разбивка по пол, по възрастови групи, по място на живеене (град над 100 000, град под 100 000, София, други градове), по образователен статус, по заетост, по етническа принадлежност и т.н. Представителни данни за множество градове (за които е говорила г-жа Пешева) просто не е възможно. След проведената среща – разговор с изпълнителните директори на социологическите агенции “Маркет Тест” и TNS BBSS. СЕМ се договори да получи от двете агенции докладите с анализи и омнибус до 03.04.2006 г.

ПО ТОЧКА “ВТОРА”:

Борислав Шабански изложи докладна записка в 4 основни точки (Докладна записка от Б. Шабански и А. Лозенска с вх. № 013-225/27.03.2006 г., приложена към Протокол № 23), както следва:

I. Искания от заинтересовани лица по смисъла на чл. 116, ал. 2 от ЗРТ за откриване на процедура за провеждане на конкурс за осъществяване на радио- и телевизионна дейност чрез наземно радиоразпръскване:

1. Искане вх. № 027-663 от 15.03.2006 г. от Община Габрово за откриване на процедура за провеждане на конкурс за осъществяване на радиодейност за гр. Габрово – СЕМ взе решение за откриване на процедура за провеждане на предстоящ конкурс за предоставяне на индивидуална лицензия за осъществяване на радиодейност в гр. Габрово, както и да изиска от КРС необходимата техническа информация..

СЕМ гласува с осем гласа “за” решение: 1. Да открие по инициатива на **ОБЩИНА ГАБРОВО**, представлявана от Богомил Колев Белчев - Кмет, в качеството му на заинтересовано лице, процедура за провеждане на предстоящ конкурс за предоставяне на индивидуална лицензия за осъществяване на радиодейност чрез използване на налични и/или изградяване, поддържане и използване на нови далекосъобщителни мрежи за наземно радиоразпръскване за **гр. Габрово**.

2. Да изиска от Комисията за регулиране на съобщенията информацията относно техническите параметри, необходими за наземно радиоразпръскване за радиопрограма за гр. Габрово, включително свободните радиочестоти, допустими мощности на излъчване, възможни точки на излъчване, както и друга необходима техническа информация.

2. Искания вх. № 027-763 и 027-764 от 17.03.2006 г. от “Радио Екстрийм” ООД за откриване на процедура за провеждане на конкурс за осъществяване на радиодейност за градовете Перник и Дупница - СЕМ взе решение за откриване на процедура за провеждане на предстоящ конкурс за предоставяне на индивидуална лицензия за осъществяване на радиодейност в съответствие с постъпилите искания, както и да изиска от КРС необходимата техническа информация..

СЕМ гласува с осем гласа “за” решение: 1. Да открие по инициатива на **”РАДИО ЕКСТРИЙМ” ООД**, представлявано от Анна Желева Желева - Управител, в качеството му на заинтересовано лице, процедура за провеждане на предстоящ конкурс за предоставяне на индивидуална лицензия за осъществяване на радиодейност чрез използване на налични и/или изградяване, поддържане и използване на нови далекосъобщителни мрежи за наземно радиоразпръскване за **гр. Перник**.

2. Да изиска от Комисията за регулиране на съобщенията информацията относно техническите параметри, необходими за наземно радиоразпръскване за радиопрограма за гр. Перник, включително свободните радиочестоти, допустими мощности на излъчване, възможни точки на излъчване, както и друга необходима техническа информация.

СЕМ гласува с осем гласа “за” решение: 1. Да открие по инициатива на **”РАДИО ЕКСТРИЙМ” ООД**, представлявано от Анна Желева Желева - Управител, в качеството му на заинтересовано лице, процедура за провеждане на предстоящ конкурс за предоставяне на индивидуална лицензия за осъществяване на радиодейност чрез използване на налични и/или изградяване, поддържане и използване на нови далекосъобщителни мрежи за наземно радиоразпръскване за **гр. Дупница**.

2. Да изиска от Комисията за регулиране на съобщенията информацията относно техническите параметри, необходими за наземно радиоразпръскване за радиопрограма за гр. Дупница, включително свободните радиочестоти, допустими мощности на излъчване, възможни точки на излъчване, както и друга необходима техническа информация.

3. Искане вх. № от 027-766 от 20.03.2006 г. от “Осогово 95” ЕООД за откриване на процедура за провеждане на конкурс за осъществяване на радиодейност. Заявителят не е посочил конкретна територия и обслужвана зона и по тази причина следва искането да бъде върнато – СЕМ ще изпрати писмо до заявителя, за уточняване на искането си.

II. Искане за издаване на регистрация за създаване на телевизионна програма.

Заявление вх. № 027-765/20.03.2006 г., подадено от “Осогово 95” ЕООД, за издаване на регистрация за осъществяване на радиодейност - създаване на радиопрограма програма “Перун”, разпространявана по кабелен път на територията на гр. Кюстендил. В представените към заявлението документи са констатирани пропуски и недостатъци,

което е основание, в съответствие с разпоредбите на чл. 112, ал. 2 от ЗРТ, от заявителя да бъде поискано отстраняването им в 7- дневен срок – СЕМ ще изпрати писмо до заявителя за отстраняване в законовия срок на констатираните пропуски и недостатъци в документите..

III. Писма на КРС вх. № 027-767 от 20.03.2006 г. и 027-769 от 21.03.2006 г. относно искания за изменение на техническите параметри на индивидуални далекосъобщителни лицензии, по реда на чл. 27, т. 6 от Закона за далекосъобщенията, а именно, че КРС изменя лицензии за далекосъобщителна дейност след решение на СЕМ:

1. **Заявление от “Радио ТНН” ООД за изменение на индивидуална лицензия № 101-02805/14.07.2005 г. за изграждане, поддържане и използване на далекосъобщителна мрежа за осъществяване на далекосъобщителна дейност наземно радиоразпръскване на радиосигнали в гр. София. Изменението на лицензията е във връзка с одобряване на нов работен проект за нова точка на излъчване – СЕМ гласува с осем гласа “за” **положително решение съобразно искането.****
2. **Заявление от “Вайтъл - И” ЕООД за изменение на индивидуална лицензия № 101-03021/16.02.2005 г. за изграждане, поддържане и използване на далекосъобщителна мрежа за осъществяване на далекосъобщителна дейност наземно радиоразпръскване на радиосигнали в гр. Симитли. Изменението на лицензията е във връзка с одобряване на нов работен проект за нова точка на излъчване - СЕМ гласува с осем гласа “за” **положително решение съобразно искането .****
3. **Заявление от “Инфопрес и Ко” ООД за изменение на индивидуална лицензия № 101-00727/01.12.2004 г. за осъществяване на далекосъобщения чрез налична и/или нова далекосъобщителна мрежа за наземно радиоразпръскване на радиосигнали в гр. София. Изменението на лицензията е във връзка с одобряване на нов работен проект за нова точка на излъчване - СЕМ гласува с осем гласа “за” **положително решение съобразно искането.****

IV. Писмо от “Телевизия Седем дни” АД вх. № 027-762/16.03.2006 г., с което уведомява СЕМ, че “от 20 март 2006 г. програмата ще бъде с представеното и в лиценза /старо/ лого – СЕМ прие уведомлението от “Телевизия Седем дни” АД..

ПО ТОЧКА “ТРЕТА”:

Във връзка с писмото от Министерство на отбраната (вх. № 013-196/14.03.2006 г.) членовете на Съвета допълнително ще подадат заявките си за участие в обучителните курсове съгласно приложените списъци.

ПО ТОЧКА “ЧЕТВЪРТА”:

Във връзка с поканата (вх. № 013-224/24.03.2006 г.) от представителя на ОССЕ по свободата на медиите, за участие в конференция на тема “Изрази на омраза: от улицата до кибернетичното пространство – конкретни казуси и политики”, която ще се проведе в периода 31 март – 01 април 2006 г. в гр. Будапеща, след проведеното обсъждане СЕМ взе решение в конференцията да участват доц. д-р Лилия Райчева и проф. Марко Семов при следните параметри на командировката: самолетни билети (за двамата по маршрут: София –Будапеща- София), дневни за 4 (четири) дни на всеки от командированите, 3 (три) нощувки (за всеки от командированите), медицински застраховки за двамата

члена на СЕМ) и стопански разходи в размер на 100 (сто) евро, които да бъдат изплатени на доц. д-р Лилия Райчева и отчетени от нея, за сметка на СЕМ.

ПО ТОЧКА “ПЕТА”:

Във връзка с докладна записка от Цветана Дончева (вх. № 013-207-1/27.03.2006 г.) относно участие в “Международен форум на регулаторните органи”, който ще се проведе в гр. Куала Лампур, Малайзия, СЕМ няма да участва във форума.

ПО ТОЧКА “ШЕСТА”:

Членовете на СЕМ ще се запознаят с отчета за дейността на УС на БНР за периода 1 октомври 31 декември 2005 г., приет от УС на БНР на 09 март 2006 г. (вх. № 013-223/23.03.2006 г.) и, ако имат въпроси – те ще бъдат разгледани на следващото заседание.

ПО ТОЧКА “РАЗНИ”:

- СЕМ обсъди информацията от Георги Караиванов относно предстоящата защита и приемане на новия честотен план за цифрово телевизионно наземно радиоразпространение на конференцията в Женева (вх. № 013-39-4/27.03.2006 г.).
- СЕМ прие информацията от доц. д-р Маргарита Пешева във връзка с получените програми за развитие от БТВ, НТВ, и “Радио Дарик”, както и във връзка с получен сигнал от гр. Велинград, че в града БНР няма покритие.

Приложени документи към Протокол № 23:

1. Докладна записка от Б. Шабански и А. Лозенска с вх. № 013-225/27.03.2006 г.
2. Писмо от М-во на отбраната с вх. № 013-196/14.03.2006 г.
3. Покана за участие в конференция в Будапеща с вх. № 013-224/24.03.2006 г.
4. Докладна записка от Цв. Дончева с вх. № 013-207-1/27.03.2006 г.
5. Отчет от БНР с вх. № 013-223/23.03.2006 г.
6. Докладна записка от Г. Караиванов с вх. № 013-39-4/27.03.2006 г.
7. Докладна записка от Т. Димитрова с вх. № 013-227/27.03.2006 г.

ЧЛЕНОВЕ НА СЕМ:

Лилия Райчева	Маргарита Пешева
Мария Стефанова	Марко Семов
Райна Николова	Стефан Димитров
Тома Иванов	Юлиана Тончева	отсъства
Райчо Райков		
Председател на СЕМ		