

*Георги Лозанов, председател на Съвета за електронни медии*

**Трябва да се криминализира скритото влияние върху медиите**

***БНТ и БНР да се обединят в корпорация***

***„Медийният закон беше добър, но се напълни с лобистки кръпки”***

***„Наказателната присъда за мултиплексите беше очаквана”***

***„По коледните празници рейтинговите телевизии нарушиха закона и увеличиха рекламните си блокове”***

**CV**

- Роден на 26 април 1958 г.
- Завършва философия в Софийския университет „Св. Климент Охридски”
- Доцент е във факултета по журналистика и масови комуникации на СУ
- Член е на медийния регулаторен орган от основаването му - 5 години в Националния съвет за радио и телевизия, после 3 години в Съвета за електронни медии
- От 2010 г. е отново член и председател на СЕМ

**ПАОЛА ХЮСЕИН**

- Г-н Лозанов, съдът в Люксембург осъди страната ни за мултиплексите, как ще коментирате?

- Като отдавна очаквано. Решението почти повтаря констатациите на Европейската комисия, направени още преди няколко години.

Освен това много е важно час по-скоро законодателят да приеме модел на цифровизацията у нас. Сега тя в телевизията е завършена като технологичен процес, но медиите нямат мотивация да разпространяват програмите си в цифровия ефир. Това се случи, защото рухна един мит, създаден в аналоговата ера, че ако нямаш ефир, няма как да имаш и голям дял на рекламния пазар. Все повече се вижда, че е мит, тъй като не произтича от реалността. А тя е, че имаме 80% покритие с кабел и сателит и очевидно ефирът не ти гарантира кой знае какво.

- Скоро ви избраха отново - за 6-и път, за председател на СЕМ, което породило недоволство сред някои среди. Какво не ви харесаха?

- За моя радост отрицателните реакции не бяха на колеги от електронните медии, нито на журналисти или на експерти в сектора. Бяха на анонимни хейтъри в интернет. Смело ги наричам така заради откровено враждебната реч, която ползват, и защото не обичат аргументите, а обичат да мразят. И пръст да им покажеш. В случая ролята на пръста изигра числото 6. Нека да припомним, че мандатът ми в СЕМ не е шести, а е един за срок от 6 години. През 2010-а бях избран от НС, като от всички гласували депутати само 12 се въздържаха. Тоест сега започна последната ми година в регулацията. Иначе всяка година има вътрешен избор за председател. Благодарен съм на колегите си, че пак с вота си оцениха работата ми.

- Факт е, че сега почти не се говори за СЕМ, ако го сравним с предшественика му НСРТ, който през ден излизаше със скандално становище.

- Тогава регулацията беше „в пелени“ и регулаторът трябваше да се научи да говори публично. Помня как Митко Коруджиев например абсолютно убеден в своята правота, нарече Слави Трифонов Сатана. Аз донякъде на шега го питах: „Къде в Закона за радио и телевизия видя понятието „сатана“?“ А той ми каза: „Не заради закона, заради България го правя.“ Постепенно успяхме да наложим експертен тон в говоренето на съвета, който не е много атрактивен, но приближава регулатора ни до европейските. Сега се чуват само казусите, в които има политическа пикантерия, или скандал с масовия вкус.

- Какво точно работи СЕМ?

- Ще дам за пример само едно, но в най-горещата точка на медийния дебат. Колкото и да се говори за монополни позиции и концентрации, твърдя, че в електронните медии няма такива. Трите големи национални телевизии са различни и като собственост, и като позиция. Това си личи по следния феномен - когато доброволно или по принуда журналисти от една телевизия ги приемат в друга.

Най-големият проблем за концентрация на собствеността е, че добрия журналист рано или късно го уволняват. Тогава, носейки героична слава, трябва да похлопа на съседната врата. И е много важно там, под друга табела, да не ти отвори същият собственик. Така е и в радиоефира - няма концентрация. Може да има вериги, но те са в лоялна конкуренция, без доминираща позиция.

- Как изведнъж стана така, че рекламните блокове в големите телевизии сякаш се увеличиха?

- Всички бяхме изненадани. Най-напред започнах да получавам сигнали от нашата вярна „доброволческа организация“ - пенсионерите, които пишеха: „Стига с тия реклами, спрете ги!“ Беше странно, защото от години рекламите са си все толкова и аудиторията беше свикнала с тях. Тогава си дадох сметка, че нещо се случва, и поисках от нашия мониторинг да го проследи. Оказа се, че преди коледните празници рейтинговите телевизии са се опитали да се възползват от всички, които имат желание да рекламират при тях, и са преминали прага, наложен от закона. Не казвам кои са те, защото обжалват и процедурата не е приключила.

- Защо телевизиите нарушиха закона?

- Това говори за голямата стагнация на рекламния пазар - около 2 пъти е намалял обемът му и това явно е довело да известна паника в този бизнес.

- С колко са увеличени рекламните блокове?

- Максимумът е 12 минути на час, а в праймтайма са стигали до 14-15 минути. Ако събереш превишението за месец, става 200 и повече минути. Изчислено според рекламните тарифи, ще се получи значима сума, която иначе би отишла в други, по-малки медии. И работата не е толкова в парите, колкото, че с това ограничение в закона се гарантира многообразието на пазара, възможността да съществуват различни играчи.

- Има ли спешна нужда от промяна на медийния закон?

- Законът, който сега действа, е добър. Той е либерален, дава огромна свобода на медиите. Тяхната воля е решаваща, а не волята на регулатора. Трябва да е така, защото другото е опит държавата да формира обществено мнение. Но законът е преработван много пъти, аз го нарекох „индианско одеяло“ - целият е в кръпки. И много от тях са лобистки. Затова е хубаво сега още веднъж „да се избърше дъската“ и пак връщайки се към същите принципи и главно към този либерализъм, той да се пренапише с оглед на новите проблеми в медийната среда и с хоризонт 10-15 години напред. Въпреки че не е в правомощията на СЕМ, ще се опитам като доброволец в тази последна година на базата на опита ми и в диалог с колегите да предложа на законодателя възможни промени. Още повече че в момента вече тече ревизия на Директивата за аудиовизуални медийни услуги на ЕС.

- Кои са най-важните сред тях?

- Няма изненада. На първо място обществените медии и най-вече във връзка с финансирането им. Особено на БНТ, която се превърна в трайно недофинансирана медия. Законът беше писан, когато БНТ беше най-мощната медия в цялата среда и трябваше да се окуражи появата на частни медии. Сега законът е същият, а положението е точно обратното. За да се оправи това, трябва да се формулира мисия на обществените медии и на нейна база да се „осчетоводи“ субсидията. Мисията не е лозунг, а много конкретен инструмент. Като започнем, да речем, от културните различия и по какъв начин те да влязат в програмите, та да стигнем до въпроса дали спортът е част от мисията.

- Преди време предложихте административно обединение на БНТ и БНР. Все още ли смятате, че е добро решение?

- Смятам. Управлението на обществените медии не е власт, а е услуга в полза на тези, които произвеждат съдържание. Тази услуга разпределя бюджета според мисията, осигурява мениджмънта, грижи се за техниката, разпространението и пр. Администрацията трябва да се обедини, а програмите да добият максимална самостоятелност и свобода. Става дума за голяма медийна корпорация, чиито лица са отделните програми. Като говорим за промени, е важно да се въведат специализирани прагове на собствеността, а и на влияние, което може да няма общо с нея. На практика това значи, когато става дума за сделки в медийната сфера, антимонополният регулатор да взема решения в обвързана компетентност с медийния регулатор, който да прилага тези прагове.

- Не са ли достатъчни общите монополни норми, които действат сега?

- Не, защото законът следва реалните социални отношения. Ние все твърдим, че има свръхвлиятелни позиции в медийната сфера. Къде има и къде няма, е въпрос на конкретен анализ, но чак когато направим това невъзможно по закон, ще тръгнем нагоре в класациите за свободата на словото. Ограничаването на концентрацията, естествено, се предхожда от въпроса за прозрачността на собствеността. Мисля, че най-после трябва да се криминализира скритото придобиване на собственост или на влияние върху медиите. Ако се представяш за собственик, а собственикът е друг, да носиш наказателна отговорност. Но не само в електронните медии. Законът трябва да се разшири до общ закон за медийните услуги във всички сфери. Смятам, че това ще е от полза за целия сектор, включително и за вестниците, и за медиите в интернет. Кога и дали ще го разберат, е отделен въпрос. Но дотогава си оставаме ловци на тролове.

Снимка на три колони – без текст