

Настоящият доклад представя данните и констатациите от проведения мониторинг през втория (формален) седемдневен етап от предизборната кампания за Народно събрание.

Кампанията става по-интензивна и динамична, увеличават се количеството и разнообразието на формите (платените и безплатните). Увеличава се времето за агитация – чрез дискуссионните форми в големите медии, характерно и за първия период. Доминира безплатната агитация. В тематичен аспект, наблюдението отчита разнообразие на дискутираните теми

Вторият период открил повече нарушения:

- разпространяване на платено съдържание без това да е изрично указано (чл. 179);
- разпространяване на агитационен материал без необходимата информация относно „купуването и продаването на гласове е престъпление“ (чл. 183, ал. 2 от ИК);
- оповестяване на социологически данни без необходимите реквизити – кой е поръчал и финансирал проучването (чл. 205, ал. 2);
- разпространяване на агитационни материали, които накърняват добрите нрави, честта и доброто име на кандидатите (чл. 183, ал. 4 от ИК).

За нарушенията СЕМ е изпратил писма, а ЦИК реагирал с бързи решения.

I. НАЦИОНАЛНИ ОБЩЕСТВЕНИ ДОСТАВЧИЦИ

Националните обществени доставчици продължават да осъществяват предизборна агитация, съгласно Споразумения, подписани с партиите, коалициите и инициативните комитети.

БНТ1

След решение на ЦИК, БНТ1 преустанови разпространението на платения агитационен материал на Обединение ДОСТ.(чл. 183, ал. 4 от ИК)

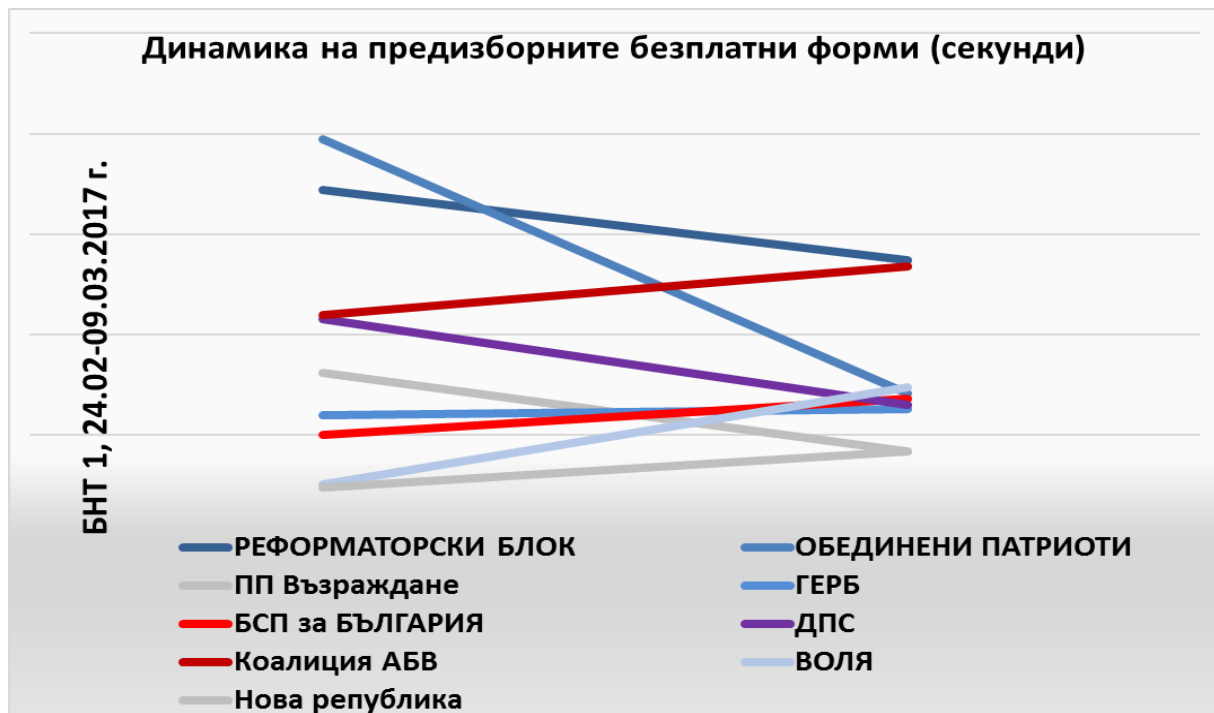
Наблюдението отчита превес на безплатните форми като време (факт дължащ се на по-голямата продължителност на диспутите и дискуссионните форми), а като брой агитационни форми се увеличават платените материали.

Безплатни форми

За периода (03.03 – 09 март) безплатните форми в кампанията са встъпителни агитационни клипове, диспути и индивидуални форми на участие. Основната предпочитана форма за този период е диспути. Наблюдението отчита като положителен елемент експеримента с интервюта от различни части на страната с **мнения на граждани** по темите които ще бъдат разисквани, десет минути преди началото на дискусията



Динамика на безплатните агитационни форми през първия и втория период



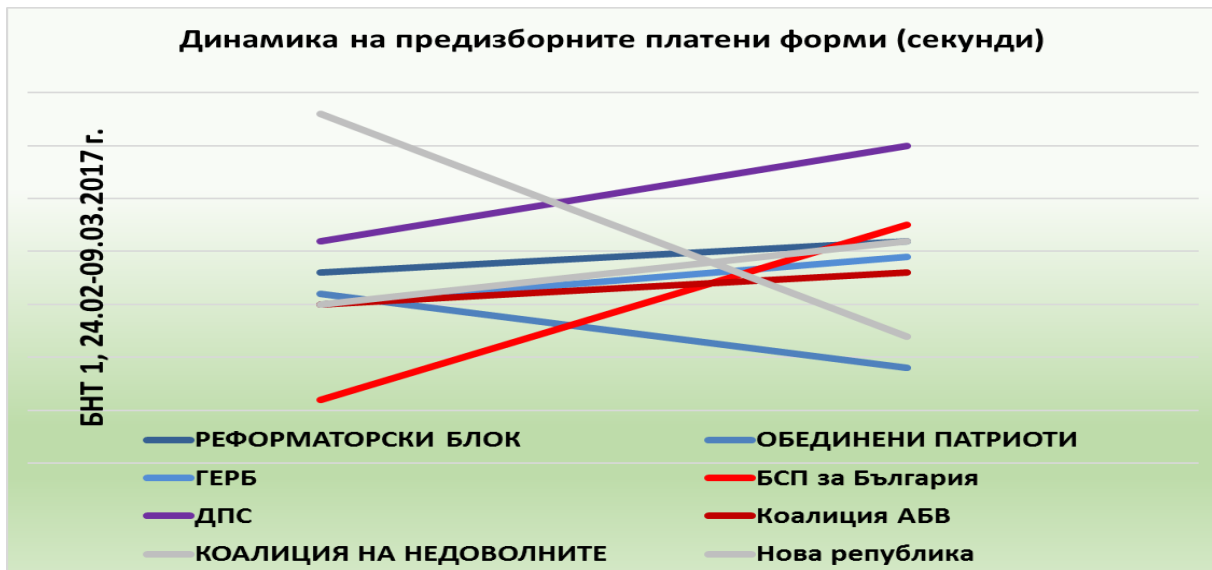
Здравеопазването е тематичен акцент в безплатните агитационни форми през втория период. Другите теми са свързани с бедността, ниските заплати, бежанците и бъдещите избори.



Продължава инициативата на Българската национална телевизия “Избирам да избирам”, като популярни журналисти на медията дискутират и информират младите за техния бъдещ избор - “Избирам да избирам”. Инициативата “Моят депутат” не се рекламира в ефира на телевизията. През този период **БНТ спря излъчването** на игралният филм “Потъването на Созопол”, заради участието на един кандидат депутат.

Платени форми





ХОРИЗОНТ

Предвидени и реализирани в рамките на седмицата са два безплатни диспута на теми „Социална политика, здравеопазване, образование” и „Икономика, енергетика, инфраструктура, данъчна политика”.

Констатирано е и първото нарушение - на чл. 183, ал. 4 от Изборния кодекс, който забранява използването на агитационни материали (...), които накърняват добрите нрави, честта и доброто име на кандидатите. Александър Атанасов от Българско национално обединение казва следното: „Главният крадец и психопат Бойко Борисов трябва да бъде овъзмезден и настанен за лечение в психиатрична клиника.”

Прави впечатление, че и в двата диспута участниците са почти едни и същи – предимно малки партии/коалиции, непопулярни, с малки изключения, не са парламентарно представени в последното НС. **Видимо е отсъствието** на основните политически субекти, които се ползват с най-голяма популярност, част от последното Народно събрание.

Участниците се придържат към зададените теми на дискусиата, като особено във втория случай към всяка отделна тема се засяга корупцията като основена предпоставка за проблемите.



По отношение на платените форми присъстват основно хроники, като се излъчват предимно на три партии – Нова република, ДПС и Реформаторски блок – Глас народен.

Във времето, предназначено за платен диспут, присъства една иновативна форма за програмата – представител на партия/коалиция отговаря в реално време на въпроси, зададени пряко в ефир от различни граждани. До момента има само един участник Борис Станимиров от Нова република, който отговаря на въпроси, задавани от граждани в чужбина – д-р Росен Димов, преподавател по европейстика в университет в Истанбул, и Ивайло Яйджиев, докторант публични политики, Лондон. Гостът разполага с време от 10 минути, като основните теми бяха влизането на България в Шенген и еврозоната, изборните правила за граждани в чужбина, данъчна децентрализация.



По програма „**Радио Бургас**” е предвиден и излъчен един безплатен диспут на 09 март от 12:30 часа на тема „Приоритети на работата на народните представители от Бургаска област. Инфраструктура, туризъм, икономическо развитие на региона.” Участват 12 представители на партии и коалиции, разделени в две групи, всеки разполага с време от 10 минути.

Б ТВ

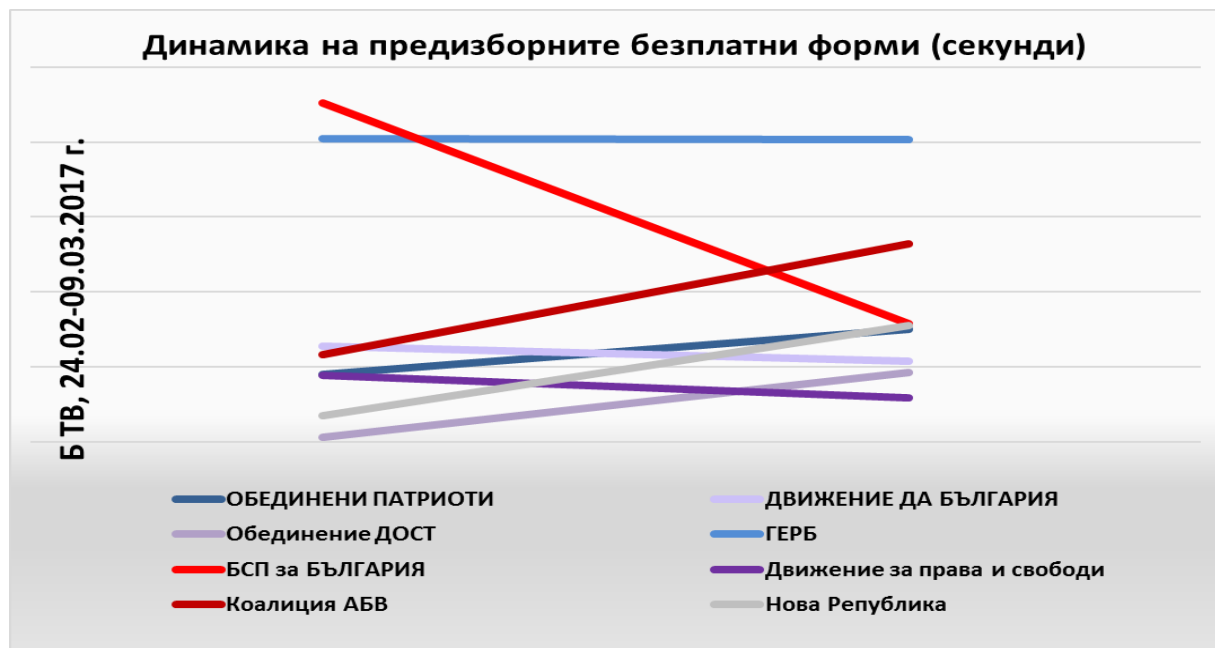
Безплатните форми са значително повече като времетраене от платените. Безплатни дискусии в БТВ - за периода са излъчени общо 5 броя.



Важен център в кампанията по медията стана интервюто на лидера на ГЕРБ Бойко Борисов, дадено за предаването “Тази сутрин” на 9 март. Няма да има лидерски дебати между ГЕРБ и БСП, както и какво ще се случи след изборите на 26 март 2017 г. във връзка с резултатите от референдума – това бяха водещите новини от неговото изказване, които БТВ мултиплицира в новинарските емисии с откъс от интервюто на Борисов.

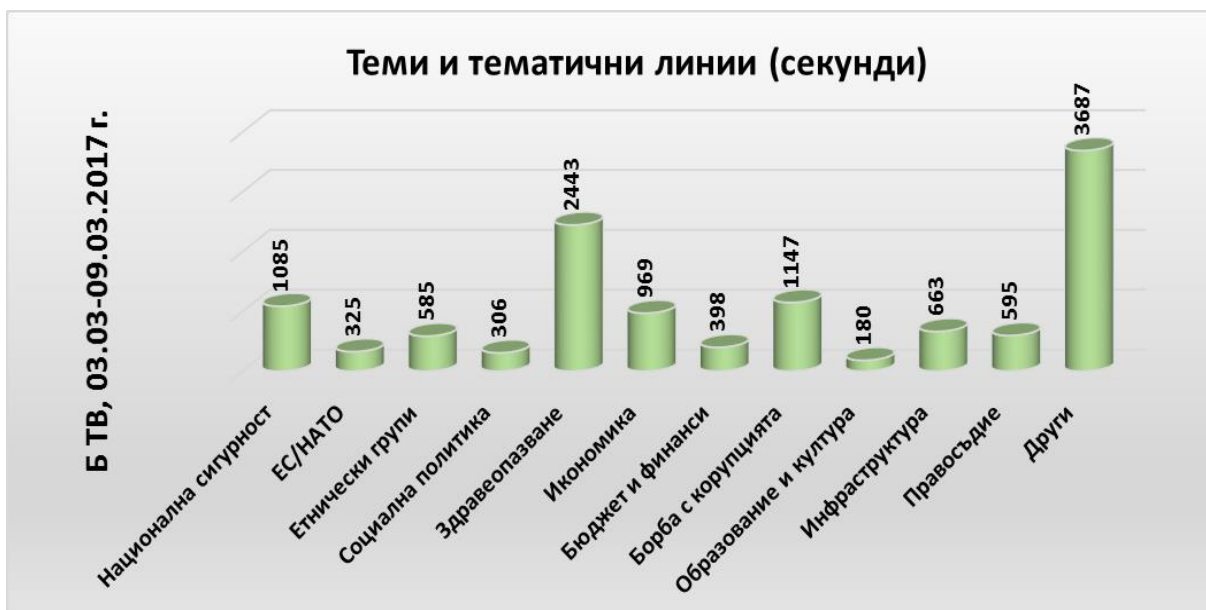
Безплатни интервюта с партийни лидери и кандидати за депутати - общо 4 броя.

“Шоуто на Слави” излъчи сатирични образи на няколко лидери на партии, както и анимирана карикатура на Чавдар Николов. През периода бяха изиграни от артисти образите на следните партийни водачи – Лютви Местан, Корнелия Нинова, Мустафа Карадайъ, Миглена Кунева, Радан Кънев, а в рисуваната анимацията “участваха” Бойко Борисов и Корнелия Нинова. Времетраенето на тези скетчове не се отчита в наблюдението.



Самостоятелни безплатни дискуссионни форми или репортажи, интервюта от предизборната кампания за избори 2017 г. в програма Радио БТВ, които да се отличават от телевизионната програма БТВ, за периода няма. Изцяло радиото преизлъчва безплатните предизборни форми на телевизията, когато двете програмни схеми съвпадат т.е. когато има дискусии и интервюта в предаванията: Тази сутрин / Тази събота и неделя; Новини 12 ч.; Лице в лице / 120 минути; Централни новини; Шоуто на Слави).

В дискусии бяха засегнати следните теми: досиета, етнически групи, правосъдие, съдебна реформа, борба с корупцията, икономика, сигурност, образование, демография, инфраструктура, здравеопазване, намеса на Турция във вътрешните работи - ДОСТ, Европа на скорости, Пловдив и регионите, коалиционни отношения, електронно управление



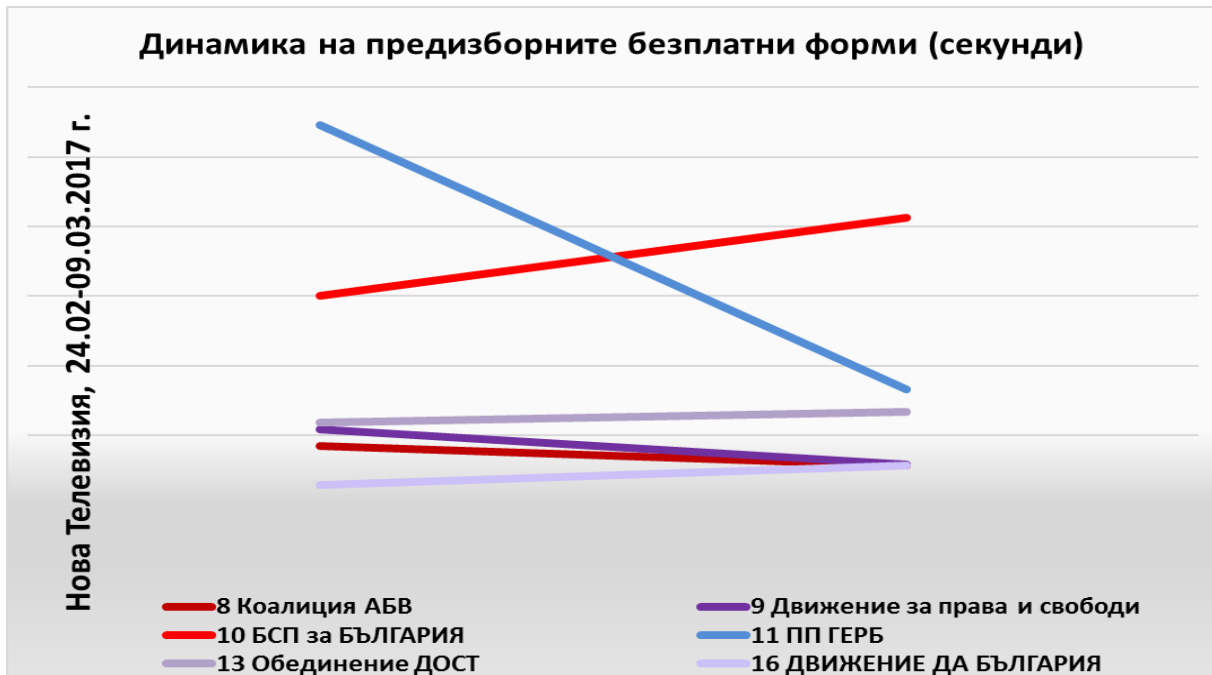
“Гласът на Бургас”

Актуално-публицистичните предавания и емисии “Новини” по програма “Б ТВ” на БТВ Медиа Груп ЕАД, се разпространяват по програмите Б ТВ радио и Гласът на Бургас.

НОВА ТВ

В периода от 03.03. до 09.03.2017г. е отчетено бесплатно участие в диспути, интервюта и информации в новини.





По традиция след дебатите се дава думата на т.н. „ловец на лъжи“ – експерт, който коментира политическите платформи и наличието или липсата на популизъм в изявленията на кандидатите. Броят и времето на платена агитация е увеличено, въпреки това съотношението е в полза на безплатните форми

Широко коментирана е темата - Европа на две скорости и бъдещето на България, в случай че икономически силните европейски държави решат да се развиват по друг.

За момента предизборните дискусии се провеждат толерантно между участващите политически субекти.



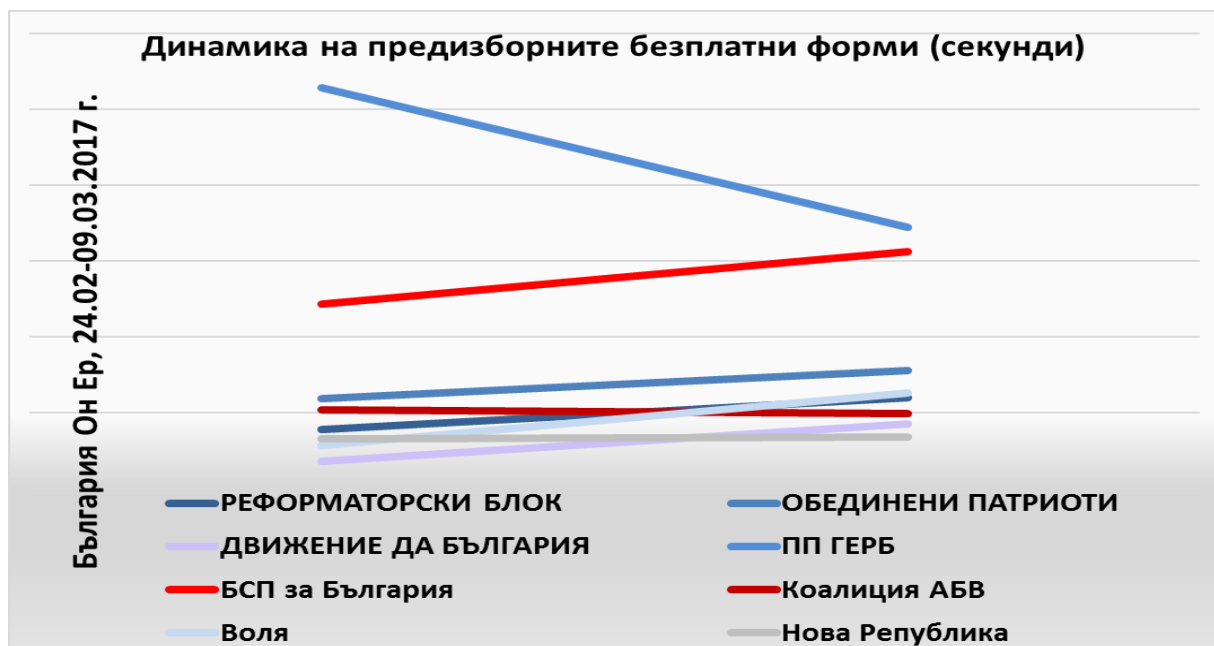
Радио „NOVA NEWS“ –

С изключение на платените форми – клипове и хроники, и разяснителните клипове на ЦИК, на чието място вървят търговски съобщения, останалото програмно съдържание, с което се отразява предизборната кампания, е идентично с това на „Нова Телевизия“.

BULGARIA ON AIR

В програма „BULGARIA ON AIR” предизборната тематика за парламентарните избори е отразена в безплатни форми и платени форми.

Безплатни форми

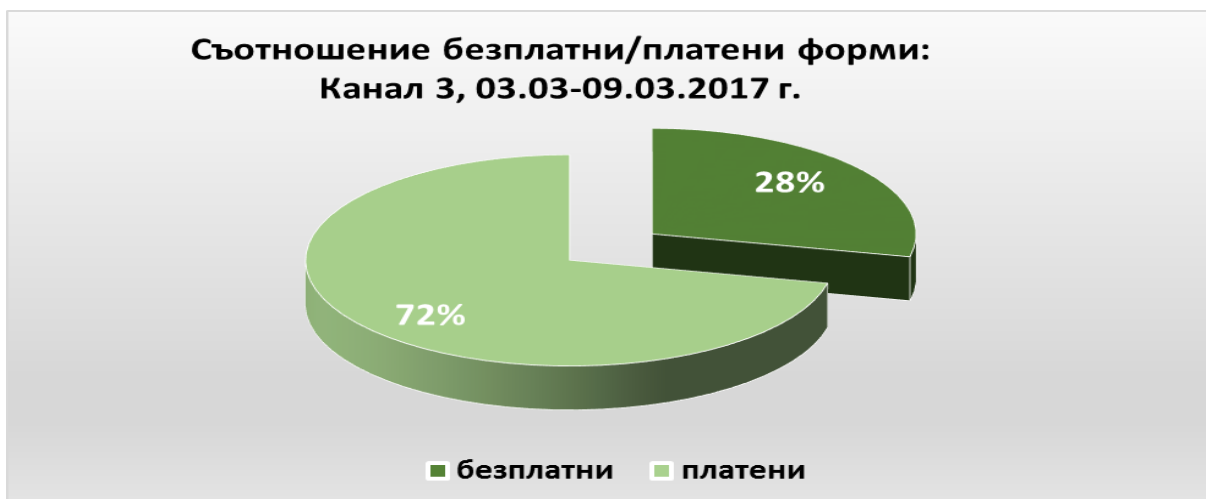


В дебатите и интервютата кандидатите за депутати от различните партии и коалиции представят позициите си по ключови въпроси за управлението на страната в областта на националната сигурност, политики в Европейски съюз, икономика. В други теми присъстват мнение като патриотизъм, промяна в статуквото, мигрантска криза, темата за скандала около участието на турския посланик в предизборната кампания в България, коалиране след вота. Дебатите и интервютата преминават в спокоен тон, като се дава право на участниците да изложат свободно вижданията си по даден въпрос.



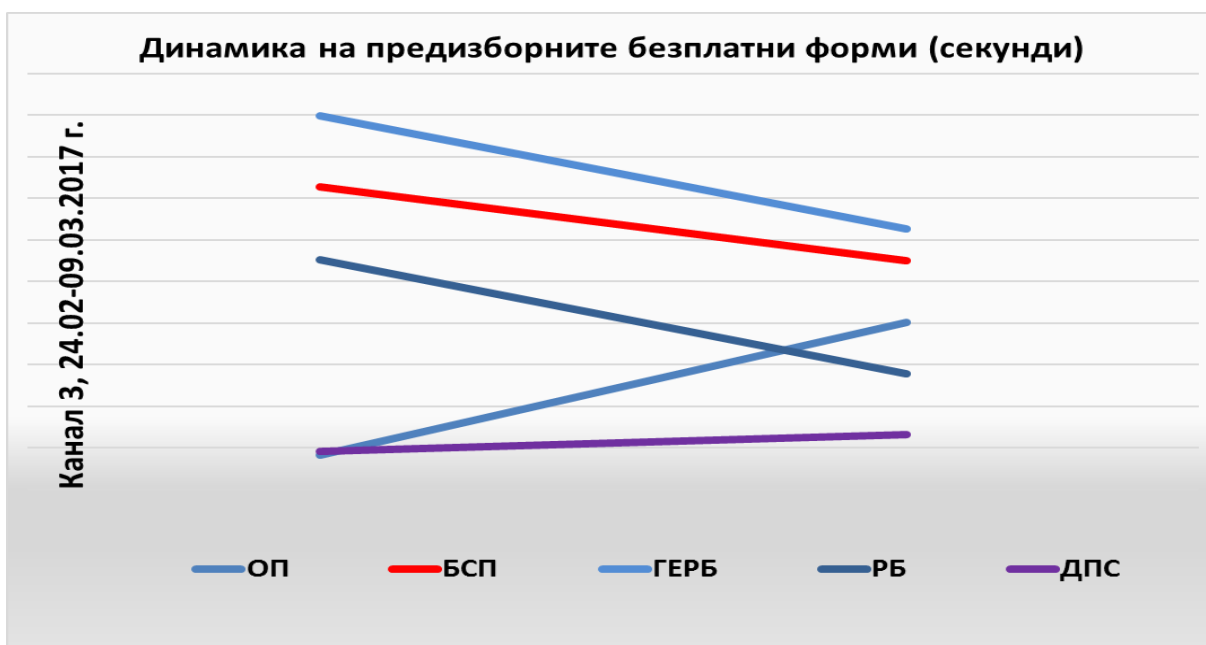
КАНАЛ 3

Наблюдението отчита по-интензивна кампания през втората седмица и по Канал 3. Увеличава се времетраенето, особено на платените агитационни форми – хроники и интервюта, те доминират като брой и времетраене през втория период.



Безплатни форми

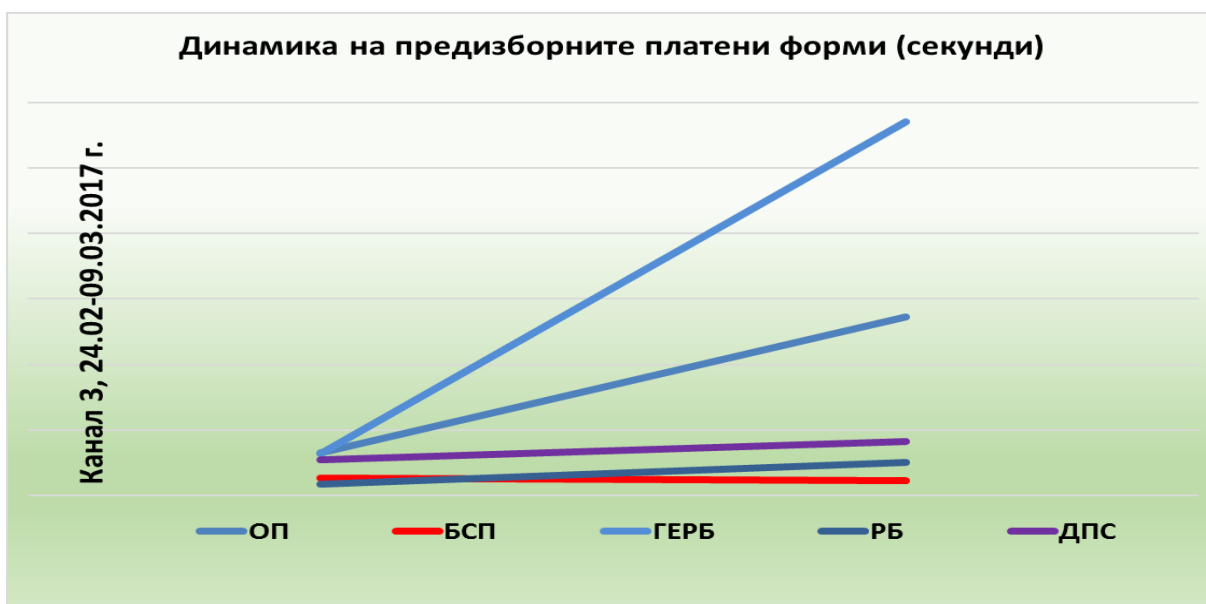
За периода (03.03 – 09.03. март) от безплатните форми най-застъпени са дискусиите, като водещите се стремят да дават приблизително еднакво време на всички участващи. Втори по интензивност (след дискусиите) от безплатните форми са интервюта.



Продължават и участията на представители на различните политически сили в безплатните агитационни форми – диспути, дискуссионни предавания, интервюта. Специално по Канал 3 приоритет се дава на политическите партии и коалиции с най-голям шанс да влязат в бъдещия парламент: БСП, ГЕРБ, ОП, ДПС и относително добро представителство на РБ-ГН. Напълното отсъства друг голям политически субект (според проучванията на социологическите агенции) от екрана на Канал 3 – партията Воля на Марешки.

Платени форми

Наблюдението констатира повече платени форми. Това се дължи на факта, че петте партии, които имат купено време в Канал 3, предпочитат да не предизборни клипове, а обширни платени репортажи от своите кампании по места. От платените форми най-застъпени са репортажите от политически събития – шествие на националния празник, откриване на кампании на различните партии в отделни градове, представяне на програми пред различни аудитории.



Основни теми в дискусиите за този период са: Образование и култура, икономика, национална сигурност, ЕС, социална политика, бюджет и финанси, инфраструктура. С по-малко присъствие са темите правосъдие, борба с корупцията и здравеопазване, което беше преекспонирано като тематика през първата седмица. Всяка партия отделя най-много време на темите, които смята за приоритет: ГЕРБ – на образованието, инфраструктурата, бюджета и финансите, икономиката, ЕС и сигурността, ДПС и БСП на икономиката и социалните проблеми, БСП – допълнително на ЕС, сигурността, бюджета и финансите. РБ се интересуват най-вече от ЕС и икономиката.



Водещите на предаванията реагират бързо и адекватно, прекъсвайки всякакви опити за нарушаване на установените норми и добрия тон. В „Офанзива“ Огнянов успя да противостои на патриотите и да реагира срещу евентуални опити към използване на реч на омразата.

Прави впечатление, че някои от партиите не се появяват в студиото, макар че са поканени официално на дебат. Такъв е случаят с отказа на ДПС да участва в „Офанзива“ на 5.03. и отказа на ДПС и РБ-ГН да уважат дебата в предаването „Денят на живо“ с Мая Костадинова.

ТЕЛЕВИЗИЯ ЕВРОПА

Безплатни форми:

Партия/коалиция	Обща продължителност	Общ брой	Форма	Нарушение (чл. Закон и др.)
11 ПП ГЕРБ	1620 сек.	4 бр.	Новини, дискусия, интервю	няма
21 РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – ГЛАС НАРОДЕН	480 сек.	1 бр.	дискусия	няма
10 БСП за БЪЛГАРИЯ	800 сек.	1 бр.	дискусия	няма
17 ОБЕДИНЕНИ ПАТРИОТИ – НФСБ, АТАКА и ВМРО	480 сек.	1 бр.	дискусия	няма
6 ПП ВОЛЯ	480 сек.	1 бр.	дискусия	няма

Платени (обозначени) форми: Платените форми на агитация са обозначени. За периода - КП РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – ГЛАС НАРОДЕН, и ПП ГЕРБ и 1 бр. интервю на КП РЕФОРМАТОРСКИ БЛОК – ГЛАС НАРОДЕН.

Наблюдението отчита превес на платеното участие



По традиция в медиата има участия на експерти и анализатори, които не осъществяват агитация.

При Канал 3 и Европа наблюдението отчита повишаване на платените форми и техния превес над безплатните.

ЕВРОКОМ

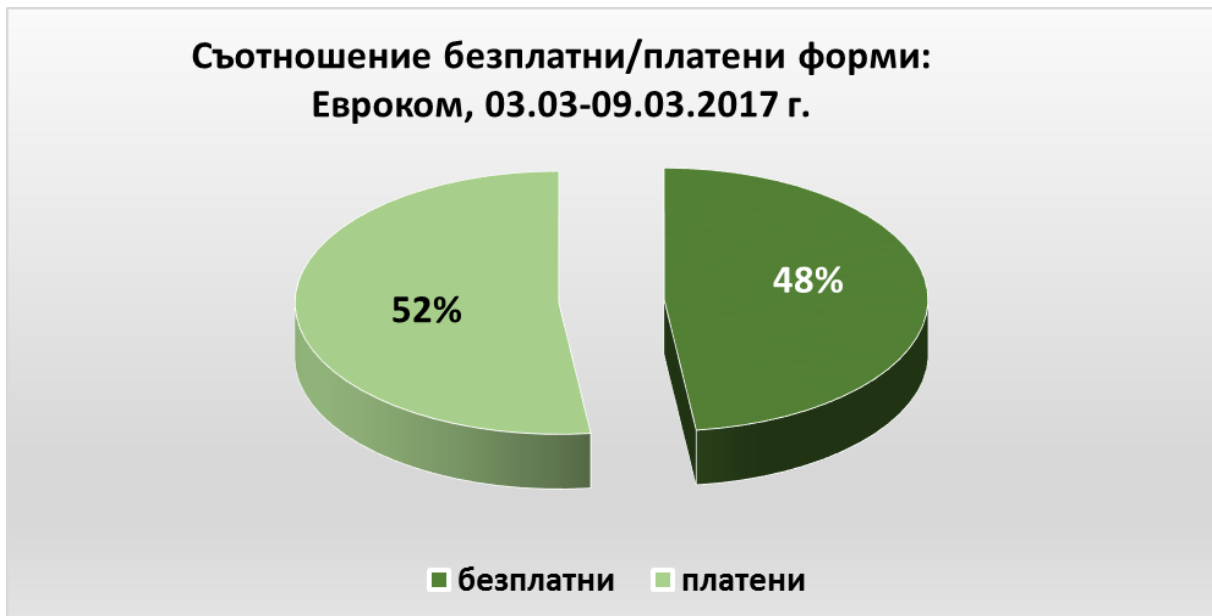
Наблюдението отчита, че доставчика НКТ ЕВРОКОМ запазва тенденцията да предоставя възможност на малките партии да запознаят зрителите с предизборните си платформи. Няма констатирани агитационни форми за водещите политически партии.



Появяват се и платени форми:



За периода наблюдението констатира че платените форми са изравнени с безплатните форми на политическа агитация



АЛФА ТВ И СКАТ

Продължава тенденцията и при двата доставчика предизборното съдържание да е политически наситено по отношение на точно определен субект, участник в предизборната кампания - коалиция "ОБЕДИНЕНИ ПАТРИОТИ". Предизборните материали и в двете медии отразяват платформата на коалиция "Обединени патриоти – НФСБ, Атака, ВМРО" посредством интервюта и репортажи на предизборни изяви.

АЛФА ТВ

През периода 02.03-09.03.2017 г. програмата на **АЛФА ТВ** е подчинена изцяло на предизборната кампания. **Предаванията са наситени с предизборни сюжети и интервюта с кандидати за народни представители. Преките предавания се увеличават – Празничното шествие и митингът на 03.03, отбелязването на годишнината от атентата на гара Буново, откриване на кампанията в Ямбол, ж.к.Младост.**

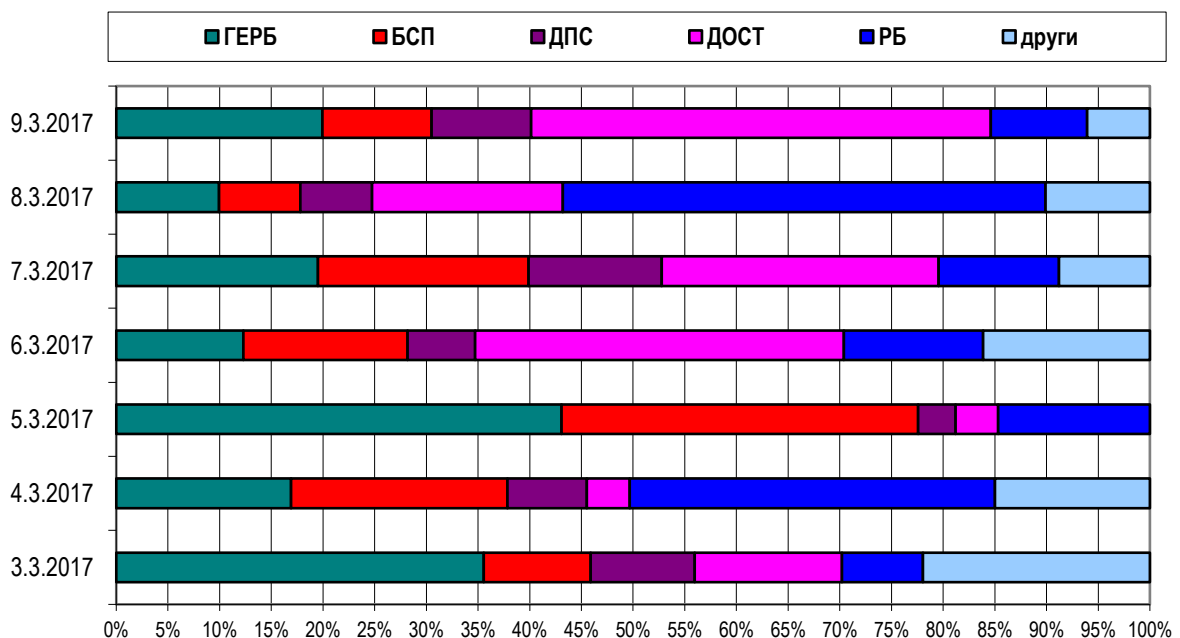
Разнообразяват се агитационните форми с многократно излъчени **покани** за предизборни събития, портрет на В. Сидеров **“7 факта, които не знаете за В.Сидеров”, “Обединението”** - ретроспекция на пътя, който са изминали НФСБ, Атака и ВМРО до обединението си в коалиция, **нов клип срещу парламентарните партии, гласували за 16 млрд нов дълг.** Започва излъчването на **специален клип на Обединени патриоти.**

В **новините** се излъчва информация от ЦИК за гражданите с увреждания с възможностите да гласуват с подвижни урни, както и сюжети, свързани с активността на изселническите организации в Турция и срещата на посланик Гьокче със зам.министър Б.Мирчев относно агитация на турски министър в полза на ДОСТ.

Установени са две нарушения на ИК за периода.

За разлика от първия период, когато най-много антиагитации са излъчени срещу БСП и ГЕРБ, през втората седмица от кампанията рязко са нараснали критиките към ДОСТ и ДПС. Постоянно е присъствието на антиагитации за РБ. Запазва се практиката от първия период в един и същи материал да бъдат критикувани няколко партии едновременно. Нараснали са критичните материали и за В.Марешки.

За периода 03.03-09.03.2017 антиговорене в проценти



Темата **Родолюбие** се запазва като приоритет в агитациите на Обединени патриоти. С ационалния празник 3 март, се обяснява и увеличеният обем на сюжети от темата **История** и

Русия. В изявите на кандидатите на Обединени патриоти присъстват послания за единство, взаимно уважение и равнопоставеност на всички етноси в България.

Продължават предаванията на В.Сидеров, М.Ташева и Адриан Асенов, които също са кандидати за народни представители.

СКАТ



БЪЛГАРИЯ 24

Репортажите са единствената форма на агитация, които отразяват проявите само на ПП "Обединени патриоти"-ВМРО, НФСБ, Атака. За разлика от предишния отчетен период агитационните материали са отделени с каш "Извънредни парламентарни избори 2017" и посланието „Купуването и продаването на гласове е престъпление“, но липсва надпис за платено съдържание, какво е изискването на чл. 179 от ИК. Това затруднява констатациите по отношение на разграничаването на платените от безплатните форми.

ЦИК е сезирана за две нарушения. Наблюдението отчита и критични материали срещу В. Марешки, ДОСТ и ДПС.

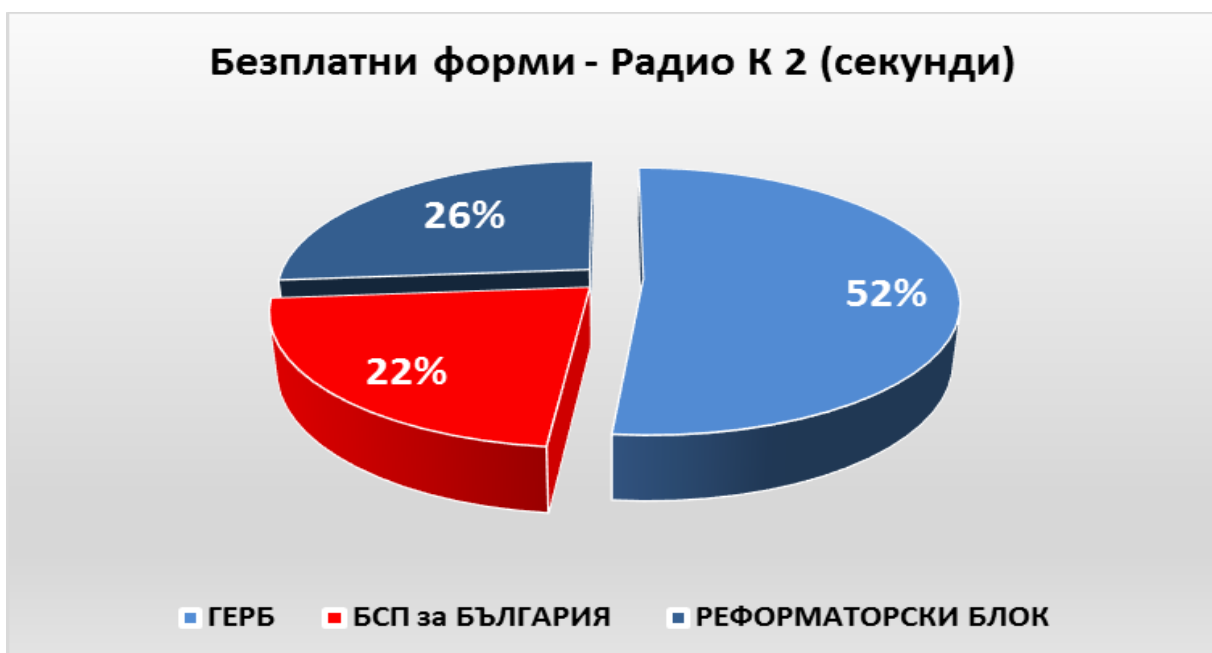
ДАРИК РАДИО

За наблюдавания период платените форми са повече от безплатните



РАДИО К2

Предизборната тематика в програмата “Радио К2” е застъпена чрез информации в новини (предизборни хроники), интервюта и дебати. Всички изброени форми са разделени от другото програмно съдържание - ясно са разграничени в начало и в края с джингъл: „Избори 2017. Купуването и продаването на гласове е престъпление.“ От началото на кампанията, на края на предизборния джингъл, безплатните материали са обозначени с “Това излъчване не е платено”. От 2 март 2017 г., К2 въвежда отново в края на предизборния джингъл обозначението “Това излъчване е платено”, като така безспорно се разграничава платеното от безплатното съдържание. В безплатните форми доминират итервютата (66 броя). За наблюдавания период са проведени три дебата. Един от тях е част от седмичното предаване “Беновска пита”, което се излъчва едновременно по радио К 2 и Канал 3.



Единствената платена форма за наблюдавания период е интервюто. Интересното е, че едно интервю (Божидар Лукарски) е повторено 12 пъти в рамките на три дни. Другото е с Милена Дамянова и е част от предаването “Беновска пита” (Канал 3 и К2) на тема “Образование и култура”.



РАДИО ФОКУС излъчва само платени предизборни форми – хроники, интервюта и клипове. В ефира на Радио Фокус София се появяват с агитационни материали две нови формации „Обединени патриоти – НФСБ, АТАКА И ВМРО” и Коалиция АБВ – Движение 21. Представянето на БСП не е така активно както през първата седмица. ПП ГЕРБ включва „клип”-а като форма на агитация и запазва темпото на активност.

В останалите наблюдавани медии се регистрира по-ниска предизборна активност. В някои медии тя напълно отсъства.

Констатации:

1. През втория период наблюдението отчита също активна предизборна кампания и в обществените, и в търговските медии. Динамиката на предизборното участие е различна, но като цяло запазва възходящ елемент. Наблюдението отчита, че в предизборното медийно съдържание преобладават безплатните политически участия. При някои медии (КАНАЛ 3, ТВ ЕВРОПА И ДАРИК РАДИО) доминират платените форми.
2. И през този период провеждането на предизборната кампания оформя тенденция за активизиране на максимално гражданско участие чрез неутрални материали, които се отнасят до изборите.
3. Политическата риторика присъства в дискуссионни форми, организирани от големите медии. Политическите послания се разпространяват и чрез индивидуалните участия. При платените форми предпочитанията традиционно са за клип, репортаж и хроника.
4. Тематичният профил на предизборното медийно съдържание, нов момент в методиката на регулатора по съдържанието, показва разнообразие на темите.
5. Наблюдението констатира повече нарушения на изборното законодателство. Има два случая на разпространение на агитационни материали, които накърняват добрите нрави, честта и доброто име на кандидатите (чл. 183, ал. 4 от ИК). ЦИК реагира с бързи решения.