

ОТЧЕТ
НА СЪВЕТА ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕТО
НА ЧЛ.33А ОТ ЗАКОНА ЗА РАДИОТО И ТЕЛЕВИЗИЯТА
ЗА ПЕРИОДА 2023 г. - 2025 г.

1. ЕВРОПЕЙСКА И БЪЛГАРСКА ЗАКОНОВА РАМКА

1.1. Директива (ЕС) 2018/1808 на Европейския парламент и на Съвета от 14 ноември 2018 година за изменение на Директива 2010/13/ЕС за координирането на някои разпоредби, установени в закони, подзаконови и административни актове на държавите членки, отнасящи се до предоставянето на аудиовизуални медийни услуги (Директива за аудиовизуалните медийни услуги), предвид променящите се пазарни условия (ДАВМУ)

Изисквания за развиване на медийната грамотност и предприемане на действия съществуват още в Директива 2007/65/ЕО от 11 декември 2007 г. за изменение на Директива 89/552/ЕИО на Съвета относно координирането на някои разпоредби, формулирани в действащи закони, подзаконови и административни актове на държавите-членки, отнасящи се до упражняване на телевизионна дейност, впоследствие в Директива 2010/13/ЕС.

В изменената Директива за аудиовизуалните медийни услуги от 2018 г. се доразвива концепцията за медийната грамотност, заложи в Директива 2007/65/ЕО и Директива 2010/13/ЕС, като се залагат не само препоръки, но и нови задължения.

Съображение 37 от Директива 2007/65/ЕО от 11 декември 2007 г./ Съображение 47 от Директива 2010/13/ЕС задава първоначалното дефиниране и философия - под „медийна грамотност“ се разбира уменията, знанията и разбирането, които позволяват на потребителите да използват медиите ефективно и безопасно. Лица с медийна грамотност са способни да извършват информиран избор, разбират естеството на съдържанието и услугите и се възползват от пълния диапазон от възможности, които предлагат новите комуникационни технологии. Те са способни да защитават по-добре себе си и своите семейства от вредни или обидни материали.

Съображение 59 в Директива 2018/1808/ЕС доразвива определението – медийната грамотност се отнася до уменията, знанията и разбирането, които позволяват на гражданите/потребителите да използват медиите ефективно и безопасно. С цел да се даде възможност на гражданите да получат достъп до информация и да използват, оценяват критично и създават медийно съдържание по отговорен и безопасен начин, гражданите се нуждаят от задълбочени умения, свързани с медийната грамотност.

Медийната грамотност следва да не се ограничава до изучаване на инструменти и технологии, а да има за цел гражданите да придобият уменията за критично мислене, необходими, за да се направи преценка, да се анализират сложни реалности и да се разпознава разликата между мнение и факт. Поради това е необходимо както доставчиците на медийни услуги, така и доставчиците на платформи за споделяне на видеоклипове, като си сътрудничат с всички заинтересовани страни, да насърчават развитието на медийната грамотност във всички части на обществото, на гражданите от всички възрасти и по отношение на всички видове медии, както и напредъкът в това отношение да се следи внимателно. Държавите членки следва да гарантират, че всички доставчици на платформи за споделяне на видеоклипове, попадащи под тяхна юрисдикция, прилагат такива мерки. Мерките трябва да са приложими на практика и пропорционални, като се взема предвид размера на услугата на платформи за споделяне на видеоклипове и естеството на предоставяната услуга. Тези мерки не могат да водят до мерки за предварителен контрол или филтриране на качването на съдържание.

За целите на защитата на непълнолетните лица най-вредното съдържание е предмет на най-строги мерки за контрол на достъпа. Тези мерки включват и осигуряване на ефективни мерки и

инструменти за медийна грамотност и повишаване на осведомеността на потребителите за тези мерки и инструменти.

С чл. 306 в ДАВМУ се регламентираше създаването на Група на европейските регулатори за аудиовизуални медийни услуги (ERGA/EPGA)¹. Този орган се състоеше от представители на националните регулаторни органи или служби в областта на аудиовизуалните медийни услуги с основната отговорност за упражняване на контрол върху аудиовизуалните медийни услуги или - когато няма национален регулаторен орган или служба - от други представители, избрани чрез техните процедури. ERGA имаше за задачи да предоставя технически експертен опит на Европейската комисията относно последователното прилагане на настоящата директива във всички държави-членки, да обменя опит и добри практики относно прилагането на регулаторната рамка за аудиовизуалните медийни услуги, включително относно достъпността и медийната грамотност.

Член 33 от Директива 2010/13/ЕС предвижда не по-късно от 19 декември 2011 г. и на всеки три години след това Комисията да предоставя на Европейския парламент, на Съвета и на Европейския икономически и социален комитет доклад относно прилагането на директивата и ако е необходимо, прави допълнителни предложения за адаптирането ѝ към развитието в областта на аудиовизуалните медийни услуги, по-специално в светлината на последните технологични новости, конкурентоспособността в сектора и нивата на медийна грамотност във всички държави-членки.

Член 33а от Директива 2018/1808/ЕС предвижда, че държавите-членки насърчават и предприемат мерки за развитието на умения за медийна грамотност. До 19 декември 2022 г. и на всеки 3 години след това, държавите-членки докладват на Комисията относно прилагането им. Комисията, след като се консултира с контактния комитет, приема насоки относно обхвата на тези доклади.

Мерките трябва да са приложими на практика и пропорционални, като се взема предвид размерът на услугата на платформи за споделяне на видеоклипове и естеството на предоставяната услуга. За целите на защитата на непълнолетните лица най-вредното съдържание е предмет на най-строги мерки за контрол на достъпа. При изброяването на тези мерки се посочва, че те се състоят и от осигуряване на ефективни мерки и инструменти за медийна грамотност и повишаване на осведомеността на потребителите за тези мерки и инструменти.

1.2. ДРУГИ ДОКУМЕНТИ ПО ТЕМАТА ЗА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ

Организацията на ООН за образование, наука и култура (ЮНЕСКО) през 2014 г. публикува Парижката декларация за медийна и информационна грамотност в цифровата ера и стандартите за обучение по медийна грамотност. Основните човешки права, и по-специално свободата на изразяване и свободата на информация, са поставени равноправно с грамотността по отношение на различните видове медии, информационно-комуникационни средства и съдържание в основата на рамката за медийна и информационна грамотност на ЮНЕСКО. Разбирането за медийната грамотност като важен фактор за оправомощаване на гражданите и обратното – за накърняване на основните комуникационни права на гражданите тогава, когато в една държава липсва политика и не са предприети целенасочени мерки за развиване на медийната грамотност на гражданите ѝ, се разглежда като основна ценност и цел на този политически документ.²

Медийната грамотност се базира на критичното мислене. Освен върху технологиите за информация и комуникация медийната грамотност следва да се фокусира върху развитието на критичното мислене, както и върху участието в обществения живот чрез медиите. За да използват медиите по подходящ начин, хората се нуждаят не само от различни технически умения, а от способности, които да им позволят да оценяват и анализират едновременно множество източници

¹ С Регламент (ЕС) 2024/1083 на ЕП и на Съвета от 11 април 2024 г. за създаване на обща рамка на медийните услуги на вътрешния пазар и за изменение на Директива 2010/13/ЕС (Европейски акт за свободата на медиите) се създава Европейски съвет за медийните услуги, който заменя ЕРГА.

² Европейска комисия, Парижка декларация за медийна и информационна грамотност в дигиталната епоха, достъпно на: <https://epale.ec.europa.eu/bg/resource-centre/content/parizhka-deklaraciya-za-mediyna-i-informacionna-gramotnost-v-digitalnata>;

на информация. **Медийната грамотност се реализира все повече чрез цифровите технологии и в употреба навлезе терминът „дигитално-медийна грамотност“.**

През 2018 г. Европейската комисия прие т.нар. рамка за ключовите компетентности за учене през целия живот в ЕС, между които е и цифровата компетентност.³

Цифровата компетентност обединява знания и умения за уверено и критично използване на цифровите технологии за труд, почивка, обучение и комуникация. Разработена е рамка на цифровата компетентност, включваща пет компонента - компетентност за работа с информация и данни, комуникация, създаване на съдържание, безопасност онлайн и решаване на проблеми. За областта на образованието, обучението и заетостта това е обща референтна рамка за това какво означава да живееш в цифров и във все по-глобализиран и дигитален свят.

В изданието на DigComp - 2.0. от 2016 г. е включена карта на сходствата и различията между DigComp и рамката на ЮНЕСКО за медийна и информационна грамотност. *Изведени са две компетентности на медийната грамотност - разбиране за ролята и функциите на медиите в демократични общества и разбиране на условията, при които медиите могат да изпълняват своите функции.*

През 2017 г. Европейската комисия публикува Digital competences 2.0 – Рамка за дигитална компетентност. В този документ са идентифицирани ключови компоненти на дигиталната компетентност в 5 основни области: грамотност, свързана с информация и данни; комуникация и колаборации; създаване на дигитално съдържание (човек да може да създава и редактира цифрово съдържание, да подобрява и интегрира информацията и съдържанието в съществуващи системи за управление на знания, като същевременно разбира как се прилагат авторските права и лицензи); сигурност (може да защитава цифрови устройства, съдържание, лични данни и поверителността в дигитална среда); решаване на проблеми. През 2018 г. Европейската комисия издава нова версия - Рамка за дигитални компетентности за граждани, с 8 нива на владение и примери за употреба (DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use).⁴

Темата за медийната грамотност отдавна е във фокуса на Европейската платформа на регулаторните органи (ЕПРА). През май 2024 г.⁵ бе създадена Работна група EPRA MIL, която подкрепя своите членове чрез дейности като: организиране на редовни срещи за обсъждане на обхвата на дейностите и работния поток на работната група EPRA MIL; организиране на събития по актуални въпроси с експерти по медийна грамотност и членове за споделяне на най-добри практики или идеи; обогатяване на обсъжданията на EPRA чрез обхващане на съответните теми от работната програма на EPRA по време на специални събития и докладване за тях по време на заседанията на EPRA; улесняване на редовен обмен между членовете относно дейностите на съответните им мрежи или организации; насърчаване и осигуряване на директен контакт и сътрудничество между членовете на EMIL по проекти от общ интерес, включително във връзка с кандидатстване за финансиране; осъществяване на връзка с експерти по медийна грамотност или други организации за медийна грамотност; проследяване на дейностите и взаимодействие с други координационни органи; изготвяне на набор от конкретни резултати; популяризиране и представяне на работната група EPRA MIL на събития за медийна грамотност и сред заинтересованите страни в областта на медийната грамотност; разпространение на информация за дейностите на членовете и дейностите на техните мрежи сред всички членове на EMIL и насърчаване на активното разпространение на тази информация директно сред специалистите по медийна грамотност в техните страни.

³ Препоръка на Съвета относно ключовите компетентности за учене през целия живот, достъпна на: <https://education.ec.europa.eu/bg/focus-topics/improving-quality/key-competences>

⁴ Рамка за дигитални компетентности, достъпно на: <https://www.ipa.government.bg/en/ramka-za-digitalni-kompetentnosti>

⁵ European platform of regulatory authorities, достъпно на: <https://www.epra.org/attachments/emil-terms-of-reference-tor-2024>;

Част от препоръките на постоянната работна група на ЕПРА са: обучението по медийна грамотност да се случва от ранна детска възраст, като децата да бъдат научени да търсят информация, събирана от журналисти по професионален начин; да се развива способност аудиторията да се ориентира в дигиталния свят и да различава теориите на конспирацията от реалността; да се фокусира върху проверката на факти; да има диалог и срещи с млади хора в училище; да се създава информация за различните аудитории, да се провеждат срещи между журналисти и по-възрастни граждани, тъй като директният контакт помага да се върне доверието в традиционните медии.

1.3. ДЕЗИНФОРМАЦИЯ И МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ

Европейската комисия определя дезинформацията като „невярно или подвеждащо съдържание, разпространявано с намерението да се измами или осигури икономическа или политическа изгода и което може да причини обществена вреда.“, като диференцира мисинформацията - „невярно или подвеждащо съдържание, споделено без вредни намерения, въпреки че ефектите могат да бъдат вредни.“⁶

Като противодействие на дезинформацията ЕК прие Кодекс за поведение във връзка с дезинформацията.⁷ Кодексът бе първият по рода си инструмент, чрез който участниците в сектора се споразумяха (за първи път през 2018 г.) за стандарти за саморегулиране за борба с дезинформацията. Процесът на преразглеждане започна през юни 2021 г. и след подписването на преразгледания Кодекс на 16 юни 2022 г. той е част от по-широка регулаторна рамка, в съчетание със законодателството за прозрачността и насочването на политическото рекламиране и Законодателния акт за цифровите услуги. За подписалите страни, които са много големи онлайн платформи, Кодексът има за цел да се превърне в мярка за смекчаване на последиците и в кодекс за поведение, признат съгласно рамката за съвместно регулиране на Законодателния акт за цифровите услуги.

Укрепеният Кодекс за поведение съдържа 44 ангажимента и 128 конкретни мерки в следните области: намаляване на финансовите стимули за разпространителите на дезинформация; прозрачност на политическата реклама; гарантиране на целостта на услугите; овластяване на изследователите и на обществеността за проверка на факти; създаване на Център за прозрачност, достъпен за всички граждани, който дава възможност за лесен преглед на прилагането на мерките на Кодекса, като осигурява прозрачност и редовно актуализиране на съответните данни; засилена рамка за мониторинг; сътрудничество по време на избори.

Заедно с Групата на европейските регулатори за аудио-визуални медийни услуги (ERGA)⁸ и Европейската обсерватория за цифрови медии (EDMO)⁹ Европейската комисия редовно оценява напредъка в прилагането на Кодекса въз основа на подробно качествено и количествено докладване от подписалите го страни. Създадена е работна група, която наблюдава и адаптира ангажиментите с оглед на технологичното, общественото, пазарното и законодателното развитие. Европейската комисия укрепва стратегическата си комуникация в отговор на дезинформацията и чуждестранното манипулиране на информация и вмешателство, насочени срещу политиките на ЕС. Важно е да се гарантира, че гражданите имат достъп до качествени новини и информация, на които могат да се доверят.

Европейският подход срещу на дезинформацията е съсредоточен върху: разработване на политики, които целят да укрепят демокрацията, да затруднят участниците в дезинформацията да злоупотребяват с онлайн платформи, да защитят журналистите и медийния плюрализъм. Предвижда

⁶ Борба с дезинформацията и манипулирането на информация, достъпно на: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/fs_24_3227

⁷ Shaping Europe's digital future, достъпно на: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/bg/policies/code-practice-disinformation>

⁸ Група на европейските регулатори за аудиовизуални медийни услуги: <https://erga-online.eu/>;

⁹ Европейска обсерватория за цифрови медии, достъпно на: <https://edmo.eu/>;

се изграждане на обществена устойчивост срещу дезинформацията чрез медийна грамотност и проверка на фактите, сътрудничество с други институции, национални органи или трети страни.¹⁰

1.4. ЗАКОН ЗА РАДИОТО И ТЕЛЕВИЗИЯТА

С измененията в Закона за радиото и телевизията, в сила от 22.12.2020 г., също бяха въведени задължения за мерки и дейности за развитието на медийната грамотност в България.

В чл. 32, ал. 1 от ЗРТ се предвижда правомощие на Съвета за електронни медии, чрез въведената нова т. 23. – **СЕМ предприема и насърчава предприемането на мерки и дейности, насочени към развитие на медийната грамотност в обществото.**

Съгласно чл. 33а, ал. 1 от ЗРТ, политиката за медийна грамотност съдържа мерки за развитието на умения и знания, които позволяват на гражданите: да правят информиран избор за медийното съдържание и за медийните услуги; да използват медийните услуги и медийното съдържание по безопасен начин; да създават медийно съдържание и да участват отговорно, етично и ефективно в различните форми на комуникация.

ЗРТ отрежда водеща роля относно политиката по медийна грамотност да е на министъра на културата на Република България и респективно министерството на културата да е лидиращото обединяващо звено при изпълнението на различните мерки. Министърът на културата инициира и ръководи дейността по изготвяне на национална политика за медийна грамотност, а също и докладва на Европейската комисия относно изпълнението на мерките за медийна грамотност.

Чл. 33а, ал. 3 от ЗРТ предвижда Съветът за електронни медии да работи за развитие на медийната грамотност в сътрудничество с широк кръг заинтересовани страни, включително с Министерството на културата, Министерството на образованието и науката и с други органи на публичната власт, доставчици на медийни услуги, академични среди, организации на гражданското общество и потребители, като:

1. участва в изготвянето на национална политика за медийна грамотност;
2. събира информация относно участието на доставчиците на медийни услуги и платформите за споделяне на видеоклипове в изпълнение на политиката по т. 1, анализира резултатите и предприема актуализиране на политиката на всеки три години;
3. изготвя ежегоден доклад за изпълнението на политиката като част от отчета по чл. 39.

С разпоредбите, приложими за услугите на платформите за споделяне на видеоклипове, вкл. 19д, ал. 1, се предвижда: Без да се засяга прилагането на чл. 13 - 17 от Закона за електронната търговия, доставчиците на платформи за споделяне на видеоклипове предприемат подходящи мерки: за защита на децата от предавания, генерирани от потребители видеоклипове и аудио-визуални търговски съобщения, които може да увредят тяхното физическо, психическо, нравствено и/или социално развитие, в съответствие с чл. 17а, ал. 1 - 3; за защита на аудиторията от предавания, генерирани от потребители видеоклипове и аудио-визуални търговски съобщения, чието съдържание подбужда към насилие или омраза, насочени към група лица или член на група, въз основа на някое от основанията, посочени в чл. 21 от Хартата на основните права на Европейския съюз.

Чл. 19д, ал. 8, т. 8 от ЗРТ предвижда въвеждането на ефективни мерки и инструменти за медийна грамотност и повишаване на осведомеността на потребителите за тези мерки и инструменти.

Съгласно § 56 от Преходните и заключителни разпоредби към ЗИД на ЗРТ до 19 декември 2022 г. и на всеки три години след това министърът на културата представя на Европейската комисия доклад по чл. 33а, ал. 2, т. 2 от ЗРТ.

¹⁰ Стратегическа комуникация и борба с дезинформацията, достъпно на: https://commission.europa.eu/topics/strategic-communication-and-tackling-disinformation_bg

Тясно свързани с понятието „медийна грамотност“ са и термини като: информационна грамотност, новинарска грамотност/неграмотност в дигиталния свят, цифрови умения, цифрова компетентност и др. подобни.

Понятието медийна грамотност е въведено за пръв път в нормативен акт в България с изменението на Наредба № 13 от 21.09.2016 г. за гражданското, здравното, екологичното и интеркултурното образование. В ал. 1 чл. 11 на нормативния акт на министъра на образованието и науката е добавена т. 10 „електронното управление и медийната грамотност“. В Рамковите изисквания за резултатите от обучението по гражданско образование са определени резултатите от обучението, сред които са свързаните с (произтичащи от) медийната грамотност умения за осъзнаване на ролята на медиите и глобалната мрежа в общественния живот и критично осмисляне на влиянията на културата, традициите, медиите върху взаимоотношенията.¹¹

2. ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ДЕЙНОСТИ ПО ПРИЛАГАНЕ НА ИЗМЕНЕНИЯТА В ЗАКОНА ЗА РАДИОТО И ТЕЛЕВИЗИЯТА ОТНОСНО МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ

2.1. Постоянен експертен съвет по медийна грамотност към министъра на културата

Със Заповед на министъра на културата № РД 9К – 204/15.07.2021 г. е създаден Постоянен експертен съвет по медийна грамотност към министъра на културата, в чийто състав са представители на различни институции и неправителствени организации, включен е и Съветът за електронни медии.

На 28 юли 2021 г. бе проведено първото и единствено за годината заседание на Постоянния експертен съвет по медийна грамотност. В заседанието участваха 15 членове на Съвета, и Камен Балкански, в качеството му на директор на Бюро „Творческа Европа – България“, офис „МЕДИА“.

В началото бе очертана рамката на бъдещата работа на Съвета. С оглед на това, че той е постоянен, от него се очаква да дава посоки на политиката на държавата в областта на медийната грамотност, във връзка с Директива 1808/2018/ЕС и Закона за радиото и телевизията. От Съвета се очаква освен да спомогне за изпълнението на разпоредбите в ЗРТ, конкретно чл. 33а, да представи цялостен поглед върху медийната грамотност, да очертае дългосрочни цели и начините за постигането им в една цялостна политика по медийна грамотност, подкрепена институционално.

СЕМ участва в работата на Постоянния експертен съвет и бе подчертана водещата му роля, като по отношение на медиите бе засегнат въпросът за ясното разграничаване за потребителя на търговската спрямо редакционната политика на медиите; спомената бе спецификата на платформите за споделяне на видеоклипове; обсъдена бе необходимостта от провеждане или получаване на достъп до вече проведени социологически проучвания, с цел да се види къде следва да се насочат усилията в работата на Съвета.

Работата на Съвета включва идентифициране на полезни партньорства и проекти, които ще бъдат организирани и извън Министерството на културата. Като едни от първите възможни партньори бяха отбелязани Национално сдружение на общините в Република България (НСОРБ), българските читалища и библиотеки. Съветът е отворен, бяха направени предложения за включване на членове от МТИТС, УНИЦЕФ – България, sCOOL Media, Teen Station.

Следващите етапи на работата на Постоянния експертен съвет по медийна грамотност към министъра на културата включват споделяне на материали по темата; конкретни предложения за надграждане; определяне на належащите цели, както и онези, които могат да бъдат разсрочени за по-дълъг период напред във времето. На база на това следва да бъде изготвен План с политики, който да бъде утвърден от министъра на културата.

¹¹ Наредба № 13 от 21.09.2016 г. за гражданското, здравното, екологичното и интеркултурното образование, ДВ, бр. 80 от 11.10.2016 г., в сила от 11.10.2016 г., достъпно на: https://www.mon.bg/upload/2332/naredba_13_21.09.2016_grazhdansko_eko_obr.pdf;

През 2022 г. е проведено още едно заседание на Постоянния експертен съвет по медийна грамотност, в съкратен състав, на 12 май 2022 г., в което СЕМ участва. Въз основа на работата на Съвета от Министерството на културата предстои да бъдат подавани периодични отчети за напредъка към Европейската комисия.

През следващите години съставът на Постоянния експертен съвет се обновяваше веднъж годишно, но не се проведеха срещи и дейности. През 2024 г. бе направен опит дейността на Съвета да бъде вдигната на по-високо ниво – отговорен за политиката по медийна грамотност да е не министърът на културата, а Министерският съвет, за да има повече ангажираност от страна на държавата, вкл. и финансова такава. Това предложение не бе прието.

2.2. Сътрудничество с Българската коалиция срещу дезинформацията и противодействие на дезинформационни наративи

СЕМ е една от институциите - учредители и участва активно в дейността на Българската коалиция срещу дезинформацията.

На 20 май 2022 г. се състоя първата учредителна среща на Българската коалиция срещу дезинформацията.

Коалицията е създадена по инициатива на Представителството на Европейската комисия в България, като в СЕМ е получено предложение за съвместно сътрудничество за борба с дезинформацията. В него се казва, че ЕК поема нова инициатива за борба срещу дезинформацията съвместно с екипа на Factcheck.bg, група от професионални проверители на факти от АЕЖ - България, български държавни институции и европейски институции и други медийни партньори. Българска коалиция срещу дезинформацията цели да засили сътрудничеството на оперативно и експертно ниво между европейските институции, българските национални институции, проверителите на факти и медиите. Официалното представяне на Коалицията пред обществеността бе на 01 април 2022 г.

СЕМ участва активно в работата на Коалицията, която се събира поне два пъти годишно. Организиран се срещи за обмяна на добри практики както с представители в България, така и с представители на ЕК. През м. октомври 2022 г. е организирано посещение в Брюксел, с много срещи и разговори с представители на Европейската комисия и Европейския парламент.

2.3. Ограничителните мерки на Европейския съюз по отношение разпространението на руски телевизионни програми

Съветът на Европейския съюз прие Регламент (ЕС) 2022/350 на 1 март 2022 година за ограничителни мерки с оглед на действията на Русия, дестабилизиращи положението в Украйна. Регламентът е задължителен за държавите членки и въвежда забрана за излъчването на телевизионни програми чрез кабел, сателит, телевизия през интернет протокол, доставчици на интернет услуги, платформи или приложения за споделяне на видеоклипове в интернет, независимо дали са нови или вече инсталирани. Във връзка с изпълнение на регламента, се спира срокът на действие на всички лицензии или разрешения за телевизионно и радиоразпръскване, които са обхванати от ограничителните мерки. Засегнати страни са **телевизиите и посредниците**, които осъществяват предаване или разпространение чрез какъвто и да е способ като кабел, сателит, телевизия през интернет протокол, доставчици на интернет услуги, платформи или приложения на съдържанието.

Със свое Решение № РД-05-15 от 1 март 2022 г. СЕМ, като взе предвид предприетите в рамките на Европейския съюз ограничителни мерки в отговор на кризата в Украйна, предложенията от Министерство на външните работи на България за предприемане на координирани ограничителни мерки спрямо Руската федерация, вкл. но не само по отношение на руската пропаганда и дезинформацията – обща забрана за функциониране в целия ЕС на телевизия Russia Today, както и на руската агенция Sputnik, в т.ч. излъчване, публикуване и т.н., временно ограничи препредаването на територията на Република България на аудио-визуални медийни услуги (телевизионни програми) Russia Today и производните, както и на Спутник и производните. Разпоредено бе предварително

изпълнение на решението и то бе изпратено на Комисията за регулиране на съобщенията за предприемане на съответните действия по компетентност.

След 1 март 2022 г. Съветът на Европейския съюз прие още шест за изменения на Регламент (ЕС) № 833/2014 относно ограничителни мерки с оглед на действията на Русия, дестабилизиращи положението в Украйна, с които списъкът от медии е разширен.

Към настоящия момент списъкът на всички юридически лица, образувания или органи, включени в Приложение XV на Регламент (ЕС) № 833/2014 включва: EADaily / Eurasia Daily; Fondsk; Izvestia; Katehon; Krasnaya Zvezda / Tvzvezda; Lenta; New Eastern Outlook; NewsFront; NTV/NTV Mir; Oriental Review; Pervyi Kanal; REN TV; RIA Novosti; RuBaltic; Russia Today and its subsidiaries; Rossiya RTR / RTR Planeta; Rossiya 24 / Russia 24; Rossiya 1; Rossiyskaya Gazeta; SouthFront; Spas TV Channel; Sputnik and its subsidiaries; Strategic Culture Foundation; Tsargrad TV Channel; TV Centre International; Voice of Europe

СЕМ периодично информира на сайта си за списъка с ограничения за разпространение на руски канали на територията на България, който се актуализира и допълва със следващи пакети санкционни мерки.

2.4. Сътрудничество между СЕМ и Българо-румънска обсерватория за дигитални медии/BROD

На 03 февруари 2023 г. се състоя среща между членовете на СЕМ и ръководителите на проекта за Българо-румънска обсерватория за дигитални медии/BROD проф. Силвия Илиева, координатор на проекта, доц. Милена Добрева, научен координатор и Борислав Банков, организационен мениджър. Председателят на СЕМ Соня Момчилова информира, че независимо от непълнотите в Закона за радиото и телевизията, Съветът е провел редица инициативи и дискусии по темата за дезинформацията и медийната грамотност.

При представянето на BROD проф. Илиева подчерта, че институтът „Големи данни в полза на интелигентно общество“ (GATE) към Софийския университет е координатор на проекта, в който са включени единадесет партньори от пет европейски страни сред които Агенция „Франс прес“, БНТ и др. Целта на проекта е създаване на мултидисциплинарен и многостранен, мултинационален хъб за откриване, анализиране и борба с дезинформацията в България и Румъния. Обсерваторията ще предоставя международна експертиза и различни възможности за бързо откриване и анализ на дезинформацията и ще си сътрудничи с Европейската обсерватория за дигитални медии (EDMO). В областта на медийната грамотност обсерваторията си е поставила за цел да изготви алгоритъм за отсяване на фалшивите от автентичните новини. Членовете на СЕМ и представителите на проекта се съгласиха с необходимостта от съвместно сътрудничество в борбата с дезинформацията и фалшивите новини. Отбелязано беше, че специализираният мониторинг на Съвета може да съдейства на обсерваторията като ѝ подава наративи, констатирани от наблюдението, които се използват често за размяна на данни и от социалните преминават към електронните медии. СЕМ изрази готовност за съдействие като посредници на обсерваторията със страните взели участие в Балканската среща на медийните регулатори през м. ноември в София, с които е в резултатно сътрудничество.

Участниците в срещата се споразумяха да изготвят и подпишат съвместно споразумение за партньорство и сътрудничеството между СЕМ и BROD, което не бе осъществено впоследствие.

2.5. Сътрудничество с Коалицията за медийна грамотност в България

Коалицията за медийна грамотност в България (КМГ) е най-голямата организация, която обединява усилията на много неправителствени организации и провежда активно обучения по медийна грамотност както за деца и ученици, така и за възрастни хора.

Коалицията медийната грамотност дефинира медийната грамотност като „способност да се намира, преценява, използва и произвежда правдива информация в изобилието от медийни и дигитални източници и умения за ефективно и конструктивно взаимодействие с други хора в

онлайн среда.“ КМГ е разработила множество наръчници в подкрепа на учителите, които да възпитават критично мислене.¹² (повече информация на адрес: <https://gramoten.li/%D0%B7%D0%B0-%D0%BD%D0%B0%D1%81/>). СЕМ си сътрудничеса с КМГ по повод на Меморандума с Министерството на културата, а също и като се включваше в инициативи на организацията. Председателят на СЕМ д-р С. Велева участва в представянето на Интерактивната карта на медийната грамотност в България.

2.6. Сътрудничество с Националния център за безопасен интернет

Националният център за безопасен интернет работи за повишаване на дигитално-медийната грамотност на децата и младите хора и защитата им в интернет.

През 2025 г. СЕМ участва активно и подкрепя тяхната инициатива „Защита на децата в дигитална среда“ - провеждане на национална самооценка на националните политики, програми и мерки за превенция и защита на децата от онлайн сексуална експлоатация и злоупотреба. Като част от проекта СЕМ предоставя информация и участва във фокус групи.

Първата от тях е на тема „Политики, законодателство и управление, изследвания и данни, стратегическо управление и институционално лидерство. Обсъждани теми са има ли ясно определено институционално лидерство в областта на детската онлайн безопасност, кои институции играят водеща роля, как функционира междуправителствената координация, има ли ефективни механизми за съвместно планиране, изпълнение и мониторинг на политики, имат ли представителите на гражданското общество, технологичният сектор и самите деца реално участие в разработването и изпълнението на стратегическите документи. Относно законодателната рамка - бяха обсъдени въпроси за актуалното национално законодателство по темата, достатъчно ли е съобразено с международните стандарти има ли специфични нормативни пропуски.

Втората фокус група е на тема „Роля на обществото и културата (Област 4 от адаптираната рамка WeProtect), обществена осведоменост и чувствителност“. Обсъдени бяха теми като обществената чувствителност и осведоменост относно рисковете от онлайн сексуална експлоатация и злоупотреба с деца, съществуват ли социални табути или стигматизация, които затрудняват говоренето по темата и търсенето на помощ, доколко е разпознаваема и използваема Горещата линия на Центъра за безопасен интернет в обществото (Центърът осъществява регулярни изследвания и поддържа постоянна телефонна линия в помощ на децата – „Потърси съвет на тел. 124 123“ - <https://www.safenet.bg/bg/>), има ли достатъчна информираност сред родителите, учителите и младите хора за механизмите за подаване на сигнали.

Наличието на образователни програми и медийната грамотност също бяха в центъра на обсъжданията - до каква степен темите за онлайн безопасност, дигитална и медийна грамотност са интегрирани в училищното съдържание и извънкласни дейности, съществуват ли кампании или обучения, насочени към уязвими общности, имат ли децата възможност реално да участват в разработването на политики и инициативи, свързани с онлайн безопасността, достатъчно ли са подготвени родителите, учителите, социалните и здравните работници да разпознават и реагират на онлайн рискове и какво им липсва – обучение, ресурси, подкрепа? Важен аспект бе и темата за медиите и отразяването - как медиите отразяват темите за насилие и експлоатация над деца онлайн, има ли случаи на търсене на сензация или вторична виктимизация, има ли нужда от по-ясни етични насоки и обучения за журналисти по темата.

3. ДЕЙНОСТИ И ИНИЦИАТИВИ НА НАЦИОНАЛНИТЕ ОБЩЕСТВЕНИ ДОСТАВЧИЦИ БЪЛГАРСКОТО НАЦИОНАЛНО РАДИО И БЪЛГАРСКАТА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ

¹²Коалиция за медийна грамотност, достъпно на: <https://gramoten.li/%d1%80%d0%b5%d1%81%d1%83%d1%80%d1%81%d0%b8/%d0%bd%d0%b0%d1%80%d1%8a%d1%87%d0%bd%d0%b8%d1%86%d0%b8-%d0%b8-%d0%bc%d0%b5%d1%82%d0%be%d0%b4%d0%be%d0%bb%d0%be%d0%b3%d0%b8%d0%b8/>

3.1. Българското национално радио

Националният обществен доставчик на радиоуслуги БНР осъществи инициативи и действия в посока повишаване на медийната грамотност. БНР има свой самостоятелен екип за проверка на фактите от ноември 2021 г., който екип е обучен и подготвен от проверителите на факти от <https://factcheck.bg>. БНР поддържа отделна секция за това, като се извършва професионална проверка на факти и твърдения. БНР информира на сайта си: „Екипът за проверка на факти и твърдения (ЕПФ) е създаден с мисия да проучва съмнителни твърдения и информационни материали, като идентифицира и разкрива манипулации и дезинформация, базирайки се на доказателства, факти, документи, експертни мнения. Екипът за проверка на факти е съставен от журналисти, работещи в БНР, чийто статут е уреден със Закона за радиото и телевизията. Той е създаден през ноември 2021 г. със заповед на Генералния директор на БНР след съответните решения на Управителния съвет и Програмния съвет. Членовете на ЕПФ на БНР не получават друго финансиране за дейността си, освен по трудови взаимоотношения с Радиото. Финансирането на БНР е уредено със Закона за радиото и телевизията.“. Членове на ЕПФ са: Николай Петров, Георги Николов, Ивелина Георгиева, Лъчезар Вълев, Мария Петрова, Мерим Тенев, Полина Начева, Росина Петрова.

Екипът на БНР за проверка на факти се ръководи в дейността си от [Правилника за редакционна дейност на БНР](#) и [Етичния кодекс на служителите на Българското национално радио](#). Водещи принципи в работата на ЕПФ са спазването на професионалните журналистически стандарти, безпристрастност, включително по отношение на политически и икономически интереси, независимост от всякакви форми на външно влияние, честност, прозрачност. ЕПФ се придържа към високи стандарти при проверката на твърдения и информационни материали, както в прилагането на доказателства, така и на оценката, без да взема ничия страна. Изборът на твърдения и материали за проверка се прави въз основа на тяхната обществена значимост и разпространение, независимо от това кой ги прави. Повече информация на адрес: <https://bnr.bg/factcheck>.

Впоследствие на подсекция <https://bnrnews.bg/main/list/proverkanafakti> се публикуват разследвания и проверени твърдения с логото „БНР Проверка“.

БНР полага усилия да обсъжда темата за медийната грамотност не само в линейните си програми, но и в официалните си дигитални канали за разпространение на информация и директен контакт с млади хора – предимно ученици и студенти. Реализират се много извънефирни инициативи, като друга такава е сътрудничеството със сайта „Вижте“ и проекта им „Новините на детски език“. През 2023 г. този проект се разшири в две посоки – увеличаване на съдържанието и на броя на програмите, които са включени в него. Темата за повишаването на медийната грамотност се обсъжда често не само в основната информационна програма „Хоризонт“, но и в културно-образователната програма „Христо Ботев“ - най-често в медийното предаване „Мрежата“, но и в предавания като „АртЕфир“, „Какво се случва?“ и „Гласът на времето“.

Програма „Радио София“, като насочена към младежка аудитория, се стреми да информира подрастващите и младежите как да използват по безопасен начин различните комуникационни канали и колко е важно да развиват своите умения и знания, за да са способни да направят информиран избор за медийно съдържание. Всяко събота сутрин в програмата се излъчват „Новините на детски език“, като екипът работи в сътрудничество с „Клуб на младия журналист“ в София. Повече от година се излъчва и рубриката „Малките коментатори на Радио София“, която се реализира от деца-членове на клуба. БНР реализира инициативи и в други регионални програми.

3.2. Българската национална телевизия

Националният обществен доставчик Българската национална телевизия реализира за отчетния период собствен подкаст по темата за медийната грамотност още през 2020 г. – „МеГра“.

Водещ на подкаста бе Андон Андонов – член на Управителния съвет на БНТ. Епизодите на подкаста могат да бъдат гледани на адрес: <https://www.youtube.com/watch?v=wuWC29Yl1p4>;

<https://www.youtube.com/watch?v=cr148k7JOqw>. БНТ информира на сайта си: „През 2020 година БНТ стартира подкаст канала, достъпен на всички платформи. Една от най-успешните теми е подкаст поредицата „МеГра“, която в рамките на 10 епизода постави началото на дискусии по темата за медийната грамотност. В първи сезон се включиха едни от най-авторитетните журналисти на обществената телевизия – Бойко Василев, Добриня Чешмеджиева, Татяна Тасева, Аделина Радева, Надежда Василева, Александър Марков, Иво Никодимов, Мария Чернева, Георги Любенков, Надя Обретенова, Христина Христова, Цветелина Йорданова, Джанан Дурал, Спас Кьосев, Даниел Михайлов, Мариела Драгова и Даниел Чипев.

Вторият сезон на „МеГра“ продължава с нови пет епизода, панелисти в които са Аделина Радева, Христина Христова, Татяна Йорданова и Милена Кирова. В поредицата те ще разглеждат различни аспекти на медийната грамотност - какво представляват дезинформациите; защо има толкова фалшиви информации в здравната сфера; как социалните мрежи раждат фалшиви новини; кои са най-важните етични норми, които журналистите спазват и каква е ролята на обществените медии в развитието на медийната среда в Европа. Продължението на проекта се реализира с финансовата подкрепа на Европейския парламент. Подкастът има визуализация, която дава възможност и на потребителите на YouTube да слушат „МеГра“. Епизодите излизаха всяка седмица в платформите, както и в официалния YouTube канал на Българската национална телевизия.“

Впоследствие този подкаст бе спрял, но БНТ реализира други подкасти, които имат отношение към повишаване на информираността на аудиторията и медийната грамотност. Такива са подкастът за финансова култура „Бизнес.БГ“, подкастът за дискусии на международна тематика „Геополитиката“ със Симеон Иванов, „Тестът на Флора“ на Флора Стратиева, „Президентът говори“ – с акцент върху вътрешната политика на страната, „Гласът на жеста“, в помощ на хора с увреден слух, „Природата и ние“, „По следите на енергийния преход“ и др.

БНТ предприема и други мерки и развива инициативи в областта на медийната грамотност, като част от способността за критично мислене и културата на комуникация и способността да се покаже на зрителя истинската стойност на медийното съдържание.

Българската национална телевизия структурира екип за проверка на съдържанието, който следи за дезинформация при ефирното и интернет новинарско съдържание. Журналистите са обучени от представители на Агенция „Франс Прес“. Впоследствие журналисти от новинарския екип на БНТ осъществяват проверка на факти и се публикуват своевременно на отделна подсекция на адрес: <https://bntnews.bg/proverka-na-fakti-102533tag.html>, с лого „#проверка на факти“.

През пролетта на 2022 г. БНТ, съвместно с ръководството на 38 ОУ „Васил Априлов“, подготви и реализира уроци за развитие на критично мислене. По този начин водещите от БНТ помагат на учениците да се предпазят от лоши послания, да изградят собствени контроли за проверка на информацията, да могат да вземат информирани решения. Темата за медийната грамотност е застъпена и като част от проекта „БНТ Академия“, в който, за поредна година, се обучават студенти от различни университети. Екипът на медията показва на студентите механизмите за проверка на новинарското съдържание, как работят проверителите на факти, как се отсяват фалшивите новини, какъв е световният опит и колко е важно да не се допуска език на омразата. БНТ изготви допълнителни видеоуроци по актуални теми, адресирани към младите хора, посветени на темата за медийната грамотност. Планира и да се засили ролята на Youtube канала им чрез разговори с експерти по темата. БНТ създава и потребителско съдържание по темата, което често присъства в публицистичните предавания и в новините под формата на репортажи за киберсигурност, за разликата между различните видове съобщения, в т. ч. търговски, политически и др.

В края на м. май 2025 г. Българската национална телевизия продуцира и излъчи документалния филм „Архитекти на хаоса“ с автор журналистката Мая Димитрова. Филмът е за механизмите, по които се завладява реалността и как това ни променя като общество. Той представя мрежи за влияние, които обслужват български политически проекти. Чрез тях се разпространява дезинформация и политическа пропаганда, като така са превърнати в инструмент за контрол на

обществените нагласи. Филмът е опит да се осветлят механизмите, чрез които се овладява реалността и се представя дезинформация от руска страна.

3.3. Асоциацията на българските радио- и телевизионни оператори/АБРО

От АБРО предвиждат техните членове индивидуално да предприемат и развиват мерки, насочени към развитието на знания и умения у гражданите за информиран медиен избор. За да могат гражданите да се чувстват ангажирани и да участват активно, налице са осигурени от доставчиците възможности за участие в създаването на медийно съдържание посредством различни форми за комуникация. Поддържа се и се обогатява набор от онлайн канали и мобилни приложения, позволяващи обратна връзка с аудиторията, коментари и препоръки, изпращане на сигнали и новини за събития от всяка точка на страната. Такива са платформите „Моята новина“ на Нова Броудкастинг Груп ЕООД и „Аз, репортерът“ на „БТВ Медиа Груп“ ЕАД, която впоследствие бе трансформирана. Медията призовава на сайта си своите зрители ако са запознати със случаи на злоупотреба с финансови средства, набрани от кампания, която е проследена в ефира или сайта на bTV, да сигнализируют и екипът ще разследва случая.

Асоциацията на радио- и телевизионните оператори предвиждаше създаване на нарочна рубрика на Интернет страницата на организацията за разясняване по достъпен начин на теми, свързани с медиите, като: собствеността на медиите, финансирането, рекламната политика, създаването на редакционно съдържание, регулацията и пределите на регулацията, саморегулацията, авторско право и сродни на авторското права. **За съжаление АБРО не разви тази подсекция на сайта си – МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ, за да улесни и своите членове – търговски доставчици на медийни услуги.** (Виж: <https://www.abbro-bg.org/category/%d0%bc%d0%b5%d0%b4%d0%b8%d0%b9%d0%bd%d0%b0-%d0%b3%d1%80%d0%b0%d0%bc%d0%be%d1%82%d0%bd%d0%be%d1%81%d1%82/>).

4. МЕМОРАНДУМИ И СПОРАЗУМЕНИЯ ЗА СЪТРУДНИЧЕСТВО НА СЕМ С ДРУГИ ИНСТИТУЦИИ И ОРГАНИЗАЦИИ

За тригодишния период 2022 г. – 2025 г. Съветът за електронни медии инициира, организира и изпълни много дейности, които имат пряко отношение като мерки повишаване на медийна грамотност. На първо място СЕМ засили взаимодействието с други институции и професионални организации с цел да се осъществи общ подход за дейности, които допринасят за повишаване на медийната грамотност на българските граждани.

4.1. МЕМОРАНДУМ ЗА ПАРТНЬОРСТВО С МИНИСТЕРСТВОТО НА КУЛТУРАТА

През 2023 г. СЕМ стартира процеса по подписване на съвместен МЕМОРАНДУМ ЗА ПАРТНЬОРСТВО ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА КАМПАНИЯ ЗА МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ.

Уменията за медийна грамотност дават възможност на гражданите да използват и оценяват критично медийно съдържание, да правят критични преценки и да анализират медийната среда, както и да разграничават мнение от факт, да създават медийно съдържание и да участват отговорно, етично и ефективно в различни видове комуникация.

Министерството на културата, Съветът за електронни медии, Асоциацията на българските радио- и телевизионни оператори/АБРО, като представителната организация на доставчиците на търговски медийни услуги, Българската национална телевизия и Българското национално радио, както и Коалицията за медийна грамотност, като организация с нестопанска цел с водеща роля в развитието на медийната грамотност чрез проекти и инициативи в гражданския сектор и междусекторни партньорства, целяха да създадат механизъм за взаимно сътрудничество за насърчаване на медийната грамотност сред обществото, гражданите от всички възрасти и във връзка с всички видове медии.

Меморандумът е договорен в изпълнение на задълженията на Министерството на културата и СЕМ съгласно чл. 33а от Закона за радиото и телевизията, в партньорство с АБРО, БНТ и БНР, с цел постигане на широка осведоменост на гражданите относно медийното регулиране и саморегулиране, правилата и принципите на добрата журналистическа практика и етичната журналистика съгласно Етичния кодекс на българските медии; правилата за честна и правдива реклама в съответствие с Националните етични правила за реклама и търговска комуникация. Той зачита свободата на изразяване, правото на достъп и разпространение на информация и правото на медиите да... работят без цензура, както и конституционно установените ограничения и отговорности на медиите при упражняване на информационните свободи. Страните определят кампанията за медийна грамотност като важна обществено полезна кауза.

В Меморандума бяха посочени конкретни мерки за медийна грамотност.

СЕМ и министърът на културата се съгласиха да разработят кампания за медийна грамотност за периода 01.01.2024 г. – 31.12.2024 г. с цел повишаване на осведомеността и ангажираността на българските граждани, с общественополезна цел по отношение на: необходимостта от критичен поглед и информиран избор на медийно съдържание, внимание към източниците на информация и доставчиците на медийни услуги; етичните стандарти за добра журналистическа практика; медийно регулиране и саморегулиране; етичните правила за честна и правдива реклама; авторско право и сродни права. СЕМ и Министерството на културата се съгласиха съвместно или самостоятелно да финансират и разработват аудиовизуални и/или аудио-информационни клипове, които да бъдат продуцирани и представяни по темата „Медийна грамотност“. СЕМ, министърът и неправителствената коалиция „Българска медийна грамотност“ съдействат на АБРО, БНТ и БНР в изпълнение на планираните информационни кампании, включително по отношение на създаването и излъчването на клипове/видеоклипове, както и осигуряване на видни гости и ключови лектори по темата.

Меморандумът бе подписан на 05 февруари 2024 г., със срок от една година.

4.2. МЕМОРАНДУМ ЗА СЪТРУДНИЧЕСТВО С НАЦИОНАЛНАТА АГЕНЦИЯ ПО ПРИХОДИТЕ

В съответствие с правомощията на СЕМ и НАП и необходимостта от ясни, прозрачни, последователни и предвидими правила при упражняване на правомощията на двете страни по прилагане на нормативната уредба, свързана с търговското слово за хазарт, двете институции отчетоха нарастващия брой търговски съобщения в медийните услуги и услугите на платформи за споделяне на видеоклипове, популяризиращи хазартната дейност, нормативните ограничения по отношение на рекламата на хазартни игри и необходимостта от сътрудничеството и обмен на информация помежду си с оглед спазването на Закона за хазарта, в частта реклама на хазартни игри.

Отчетено е и значението както на превантивните действия, така и на последващия контрол за подобряване на дейностите по създаване и разпространение на реклами на хазартни игри.

Съгласно Меморандума СЕМ и НАП обединят усилия за осъществяване на съвместно сътрудничество в областта на рекламата на хазартни игри.

Съветът за електронни медии информира и сигнализира Националната агенция за приходите при съмнение за нарушения на Закона за хазарта, в частта реклама на хазартни игри, в медийни услуги или в услуги на платформи за споделяне на видеоклипове. В тези случаи Съветът предоставя записи на разпространеното аудио- или аудио-визуално съдържание, данни за доставчика и за услугата, която предоставя. Националната агенция за приходите предоставя обобщена информация за резултатите от проверките по получените от Съвета за електронни медии сигнали, за образуваните административнонаказателни производства, за предприетите принудителни административни мерки в изпълнение на административнонаказателните разпоредби на Закона за хазарта, касаещи рекламата на хазартни игри.

СЕМ и НАП полагат усилия, съвместно с Националния съвет за саморегулация, представителни организации на доставчиците на медийни услуги и на платформи за споделяне на видеоклипове, на рекламодатели и рекламни агенции, както и на лица, осъществяващи хазартни дейности, за идентифициране на негативни практики и рискове от една страна, а от друга – за

популяризиране по подходящ начин на добри практики, свързани с хазартните дейности и медийното им отразяване.

Двете институции организират и участват в публични събития - съвместни пресконференции, кръгли маси, дискуссионни форуми и др., свързани с търговското слово за хазарта и хазартните дейности, обменят експертна помощ, включително изработват съвместни документи, в т.ч. предложения за промени в законодателство (при необходимост), с цел недопускане на възможности за заобикаляне на законовите изисквания и ограничения. Изпълнението на конкретни дейности по Меморандума се извършва при взаимно зачитане на статута и независимостта на страните, в съответствие с Конституцията и законите на страната.

Сътрудничеството цели съвместна работа в посока съблюдаване спазването на Закона за хазарта по отношение рекламата на хазартни игри в аудио- и аудио-визуалните медийни услуги и услуги на платформите за споделяне на видеоклипове, върху които Съветът за електронни медии осъществява надзор по Закона за радиото и телевизията.

Съветът за електронни медии и Националната агенция по приходите подписаха Меморандума на 02 август 2022 г. Той е безсрочен и може да бъде изменен по взаимно съгласие на страните.

4.3. МЕМОРАНДУМ ЗА ПАРТНЬОРСТВО С НАЦИОНАЛНИЯ СЪВЕТ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЯ

На 10 октомври 2024 г. Съветът за електронни медии и Националният съвет за саморегулация подписаха Меморандум за партньорство. СЕМ и НСС разполагат с богата експертиза и информация за добрите практики и развитието на регулацията и саморегулацията в сферата на търговските съобщения в Европейския съюз. Меморандумът предвижда страните да си партнират при съмнение за нарушение на Закона за радиото и телевизията и Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, както и да популяризират правилата в областта на регулацията и саморегулацията на търговското слово.

СЕМ и НСС координират усилията си за по-добра медийна грамотност и подобряване на знанията и разбирането на гражданите за използване и прилагане на механизмите на саморегулацията на рекламата. НСС има за цел развитие и утвърждаване на социалната отговорност и бизнес етика чрез провеждане на саморегулация в областта на търговските съобщения, в съответствие с приложимото законодателство и добрите търговски практики. СЕМ и НСС си партнират при съмнение за нарушение на правилата, приложими за търговските съобщения, споделят информация за ефективна регулация и саморегулация. СЕМ подава жалби до Националния съвет за саморегулация при получаване на информация от потребители или при съмнения за нарушения на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация. От своя страна НСС информира Съвета при съмнения за нарушения на разпоредбите на Закона за радиото и телевизията, относими към търговското слово. Двете страни споделят информация за развитието на преписките и крайния акт, в рамките на приложимите норми.

СЕМ и НСС планират да си партнират при организирането на обучения, дискуссионни форуми, публични събития, свързани с регулацията и саморегулацията на търговските съобщения. Двете институции координират усилията си за постигане на по-високо ниво на медийна грамотност и подобряване на знанията и разбирането на гражданите в при регулацията и саморегулацията на рекламата и реда за прилагане на механизмите на действие на саморегулацията на рекламата.

Меморандумът с Националния съвет за саморегулация е със срок до 31 декември 2025 г.

5. МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ И ЗАЩИТАТА НА ДЕЦАТА

5.1. На 15 февруари 2024 г. Съветът за електронни медии организира кръгла маса на тема „Деца и медиите“, в която участие взеха представители на Държавната агенция за закрила на детето, Асоциацията на българските радио и телевизионни оператори, Българската национална телевизия, Българското национално радио, Национална мрежа за децата, УНИЦЕФ България,

Сдружение за споделено учене ЕЛА, психолози. В рамките на Кръглата маса социологическа агенция СОВА ХАРИС представи социологическо проучване за потреблението на медийно съдържание от деца. **Проучването е по инициатива на Съвета за електронни медии, който за първи път възлага подобно мащабно изследване.**

5.2. Съветът за електронни медии възложи Национално проучване, представително за населението на страната на възраст 0-18 годишна възраст, относно обществените нагласи, оценка на потреблението на медийно съдържание и неговото въздействие върху децата (декември, 2023 г.)

Проучването е осъществено по поръчка на СЕМ от СОВА 5 АД, търговска марка СОВА ХАРИС. То бе реализирано в периода 06 - 19 ноември 2023 г. и обхвана 1305 деца на възраст от 3 до 18 години, както и 1305 родители на деца на възраст 3-18 години; 230 родители на деца на възраст 0-2 години.

Основната цел на проучването е да събере национални данни, представителни за българските деца на възраст от 0 до 18 години за обществените нагласи и оценки по отношение на детското потребление на медийно съдържание и на неговото въздействие върху децата. По-конкретно са търсени отговори на следните изследователски въпроси: какви са предпочитаните канали за потребление на медийно съдържание на децата от целевите възрастови групи (0-2 г.; 3-5 г.; 6-12 г.; 13-18 г.); какви са предпочитанията на децата от целевите групи (децата) към типа медии и медийни канали; какви са предпочитанията на децата към типа съдържание на медиите и медийните канали; по какъв начин това съдържание се поднася от родителите на децата; какъв е периодът от време (дневно и в кои времеви диапазони) децата са изложени на медийно съдържание ефективно и съответно фоново; какъв тип устройства (малки устройства – телефони, таблети и/или телевизори, компютри) потребяват децата в различните възрастови групи и съответно какви са медийните продукти, които потребяват – линейни, нелинейни услуги; платформи за видеосподеляне, социални мрежи; платено/безплатно съдържание и др.). Търсени са отговори и какви са нагласите на родителите на деца от всички възрастови групи към типа информация, която да получават децата им чрез медиите, с особен фокус върху родителите на деца от 0 до 2 годишна възраст за това дали са склонни и излагат ли децата си на бял шум, информационно съдържание, по колко време, на какъв тип устройство и с каква цел.

Проучването отговаря и на други важни въпроси като какви са нагласите на децата от възрастови групи 3-5 г. и 6-12 г. и какви са техните предпочитания – ползват ли линейно съдържание, в кой момент и дали предпочитанията им се изменят в нелинейно; потребяват ли съдържание, което включва насилие; потребяват ли образователно и/или развлекателно съдържание, какви са критериите, по които това съдържание им се поднася от страна на родителите; в кой момент и каква е средната възраст на децата, в която те се сдобиват със собствено електронно устройство; контролирано ли е то от родителите по отношение на потребяваната информация и времеви диапазон на използване (в кой часови диапазон, по колко време на ден и т.н.); какви са нагласите и предпочитанията на децата 13-18 г. за използваните медийни услуги и продукти и какъв е времеви диапазон, в който използват тези услуги; какви са общите нагласи и оценки на детското потребление на медийно съдържание и на неговото въздействие върху децата и какви са причините и факторите, които в най-голяма степен определят вида медийно съдържание като средство за въздействие върху децата и др.

НЯКОИ ОТ ОСНОВНИТЕ ИЗВОДИ ОТ ПРОУЧВАНЕТО:

Болшинството от семействата с деца от 0 до 18 години (90%) имат Интернет в дома си. Не се наблюдават съществени различия по възрастови групи деца в дяловете на семействата, които имат интернет в дома си. 88% от домакинствата с деца до 18 годишна възраст притежават смартфон/и. Най-висок е дялът на децата от 0 до 2 години (91%), които живеят в семейства, притежаващи смартфон/и.

Лаптоп и/или настолен компютър имат 79% от семействата с деца до 18 годишна възраст. Най-висок е дялът на децата от 0 до 2 години (82%), които живеят в семейства, притежаващи лаптоп

и/или настолен компютър, а най-нисък е делът на децата от 3 до 5 години – 76%. 77% от домакинствата с деца от 0 до 18 години имат кабелна или сателитна телевизия; 48% от семействата с деца до 18 години имат Интернет телевизия/ IPTV; 46% притежават таблет.

Болшинството от децата на възраст от 3 до 18 години (78%) в свободното си време, когато не са на училище или детска градина, гледат телевизия, същият е делът (78%) и на тези деца, които са заявили, че в свободното си време слушат музика. Най-висок е делът на децата от 6 до 12 години, които са заявили, че гледат телевизия (86%), съответно слушат музика (89%). Приблизително 64% от децата прекарват свободното си време сърфирайки в Интернет.

Това споделят 80% от децата на възраст от 13 до 18 г. и 77% от децата на възраст между 6 и 12 години. Прекарват време с приятели 54% от децата. Това са заявили 71% от децата във възрастова група 13-18 години и 63% от тези на възраст между 6 и 12 години.

37% от децата когато не са на училище или детска градина играят компютърни игри в къщи. Това споделят 48% от възрастова група 13-18 години и 45% от възрастова група 6-12 години.

Най-често използваното електронно устройство от децата на възраст 0-18 години е смартфонът. Предпочитанията на децата по възрастови групи изглежда така:

Децата от 0-2 и от 3-5 години използват най-често телевизор, а децата от 6-12 и 13-18 години използват най-често смартфон. Сумарно (от всички възрастови групи) както момчетата, така и момчетата използват най-често смартфон. 95% от родителите на деца на възраст от 0 до 18 години декларират, че тяхното дете прекарва време пред електронно устройство (независимо от типа му) гледайки, слушайки или взирайки се в него. Това споделят: 76% от родителите на деца от 0 до 2 години; 98% от родителите на деца от 3 до 5 години; 98% от родителите на деца от 6 до 12 години; 99% от родителите на деца от 13 до 18 години.

Съгласно данните от проучването 96% от децата на възраст от 0 до 18 години гледат телевизия. По демографски характеристики те са: 77% от децата на възраст 0-2 години гледат телевизия; 98% от децата на възраст 3-5 години гледат телевизия; а всички деца във възрастовите групи 6-12 и 13-18 години гледат телевизия. **Относно честотата на гледане и времеви диапазони, в които децата са изложени на медийно съдържание данните от проучването сочат, че болшинството от децата – 67% гледат телевизия всеки ден. 18% от децата гледат телевизия 3-4 пъти в седмицата; 8% гледат телевизия 1-2 пъти в седмицата; 4% гледат телевизия по-рядко от веднъж в седмицата.**

Болшинството (81%) от родителите на деца от 0 до 18 години споделят, че са напълно или по-скоро запознати със съдържанието, което детето им гледа по телевизията. Родителите на децата от възрастови групи от 0 до 2 години и от 3 до 5 години в най-голяма степен са запознати със съдържанието, което децата им гледат по телевизията, съответно с дялове 98% и 96%. С най-нисък дял на запознатост са родителите на деца от 13 до 18 години (67%) и на децата, при които поне единият от родителите е с основно образование (71%). По-скоро не са запознати 12% от родителите на деца на възраст 0-18 години.

83% от децата на възраст от 0 до 18 години използват смартфон, таблет или компютър, като от децата, които използват такива електронни устройства, 99% използват смартфон; 39% използват компютър; 34% използват таблет. Тук трябва да отбележим, че едно дете може да използва всички устройства, комбинация от две устройства или само едно.

65% от децата на възраст 6-12 години, притежава собствен таблет; а 29% от децата на възраст 3 до 5 години, притежават собствен таблет. 74% от децата, които използват компютър, притежават собствен такъв. **Средната възраст на децата, на която те започват да използват смартфон, таблет или компютър, е 5 години и 9 месеца.** Децата, които използват електронни устройства като смартфон, таблет или компютър, най-рано (в по-ранна детска възраст) започват да използват смартфон (средна възраст 5 години и 9 месеца), а най-късно – компютър (средна възраст 6 години и 9 месеца). 59% от децата, които използват смартфон, таблет или компютър, притежават собствено електронно устройство.

Подробни данни за проучването на адрес:
https://cem.bg/files/1708017498_analiz_prouchvane.pdf.

5.3. Кодекс за поведение, съдържащ мерки за оценка, означаване и ограничаване на достъпа до предавания, които са неблагоприятни или създават опасност от увреждане на физическото, психическото, нравственото и/или социалното развитие на децата

Относно спазване на правата на децата и защита на детската аудитория и на основание чл. 17а, ал. 3 от ЗРТ, Съветът за електронни медии, съвместно с доставчиците на медийни услуги, включително БНТ и БНР, изработиха **Кодекс за поведение, съдържащ мерки за оценка, означаване и ограничаване на достъпа до предавания, които са неблагоприятни или създават опасност от увреждане на физическото, психическото, нравственото и/или социалното развитие на децата**. Кодексът е задължителен за всички доставчици на медийни услуги – линейни и нelineйни, и той бе изработен на основата на **Критериите за оценка на съдържание**, което е неблагоприятно или създава опасност от увреждане на физическото, психическото, нравственото и/или социалното развитие на децата.

Мерките за защита могат да включват избор на време на излъчване, средства за проверка на възрастта, кодиране и/или други подходящи технически мерки за информиране и защита на аудиторията. Те следва да са пропорционални на потенциалната вреда от предаването. Най-вредното съдържание, като например неоправдано насилие и порнография, е предмет на най-строги мерки.

Кодексът за поведение относно мерките за оценка, означаване и ограничаване на достъпа до предавания, които са неблагоприятни или създават опасност от увреждане на физическото, психическото, нравственото и/или социалното развитие на децата, е приет от СЕМ с Решение № РД-05-7 от 12 януари 2023 г. и **влезе в сила на 1 февруари 2023 г.**

Кодексът е форма на съвместно регулиране за защита на детската аудитория по смисъла на Закона за радиото и телевизията и Директивата за аудиовизуалните медийни услуги и не ограничава приложението на задължения по отношение закрилата на децата, уредени в Закона за закрила на детето и други нормативни актове. Кодексът е задължителен за всички доставчици на медийни услуги, съгласно чл. 17а, ал. 5 от Закона за радиото и телевизията. Разпоредбите му относно услугите на платформите за споделяне на видеоклипове са задължителни за доставчиците на такива услуги. **Кодексът за поведение по чл. 17а от ЗРТ е достъпен [ТУК](#).**

В Кодекса за поведение са допълнени и специални мерки, които са приложими за услугите на платформи за споделяне на видеоклипове. С цел ограничаване на достъпа на деца до предавания, генерирани от потребители видеоклипове и аудио-визуални търговски съобщения, които може да увредят тяхното физическо, психическо, нравствено и/или социално развитие, доставчиците на платформи за споделяне на видеоклипове изготвят общи условия за предоставянето на тези услуги, които се съгласуват със СЕМ. Общите условия на услугите на платформите за споделяне на видеоклипове предвиждат забрана за потребителите да зареждат, разполагат на сървър на доставчика и да правят достояние по какъвто и да било начин на трети лица на потребителско съдържание - информация, данни, текст, звук, файлове, софтуер, музика, видео, фотографии, графики, аудио материали, съобщения, както и всякакви други материали или електронни препратки към материали, които противоречат на българското законодателство, съдържащи насилие (включително насилие над животни), агитация към насилие, унижение на човешкото достойнство, заплаха за живота и телесната неприкосновеност на човек или на животно; материали с порнографско или открито сексуално съдържание; такива, които съдържат прояви на неуважение към училищни правила, унищожаване или повреждане на училищно и друго публично имущество; съдържащи ясно различими тела на жертви от катастрофи и други тежки инциденти; обиждащи дадена религия и др.

Общите условия на услугите на платформите за споделяне на видеоклипове предвиждат задължение за потребителите при ползване на предоставяните услуги да уведомяват незабавно доставчика за всеки случай на извършено или открито нарушение на правилата, целящи ограничаване на достъпа на деца до предавания, които са неблагоприятни или създават опасност от

увреждане на физическото, психическото, нравственото и/или социалното развитие на децата. За тази цел общите условия на платформите за споделяне на видеоклипове предвиждат възможност за потребителите да подават сигнали за нередно съдържание. Доставчикът следва да разглежда сигналите, подадени от потребители, в разумен според обстоятелствата срок и да връща обратна връзка относно резултатите от извършената проверка.

Предвидено е задължение във всички случаи, в които потребителското съдържание съдържа аудио-визуални търговски съобщения, потребителят да го обозначи по подходящ начин – с надпис в самото съдържание (например „продуктово позициониране“, „ПП“, „РР“ или др. под.), със знаци, с пиктограма, с текст, разположен в секцията "Допълнителна информация" под съответния видеоклип и др. под., както и клаузи, че личните данни на деца не се обработват за търговски цели като директен маркетинг, профилиране и съобразена с поведението реклама.

5.4. Препоръчително екранно време за деца и насоки за използване на медийно и онлайн съдържание

Като институционална реакция на резултатите от социологическо проучване за децата, медиите и онлайн средата бе сформирана работна група с широко представителство на институции, неправителствения сектор и експерти, която разработи и през декември 2024 г. СЕМ прие общ документ „Препоръчително екранно време за деца и насоки за използване на медийно и онлайн съдържание“ (екранно време е времето, което децата прекарват пред екрани на различни електронни устройства - телевизор, монитор, таблет, смарт телефон и др.).

Препоръките нямат задължителен или ограничителен характер, те бяха приети като инструмент за повишаване на медийната грамотност, особено с фокус родители и деца.

СЕМ идентифицира основни рискове от прекомерната употреба на екранни устройства за физическото здраве на детето като: влошаване на зрението и късогледство (миопия); слънчеви алергии, наднормено тегло и затлъстяване вследствие на недостатъчна двигателна активност; проблеми със съня и др. Основните рискове от прекомерната употреба на екрани за психосоциалното и емоционалното развитие на децата са: повишена тревожност; депресия; хиперактивност; трудности с концентрацията и паметта; обучителни затруднения и/или понижена мотивация за учене; агресивно поведение и липса на контрол на импулсивността; повишени рискове от пристрастяване към психоактивни вещества; понижени социални умения и невъзможност за създаване на приятелства в реалния свят; понижено чувство за емпатия и умения да се разпознават емоциите на другите; ниско самочувствие, особено в резултат на прекомерна употреба на социални медии; екранна зависимост, интернет зависимост, гейминг разстройство, които могат да улеснят развитието на друга зависимост.

Заедно с неправителствения сектор и различни институции бе прието, че препоръчителното екранно време е различно за различните възрасти: в най-ранна детска възраст екранното време следва да е възможно най-малко, като се предлага поетапно, съдържанието се подбира внимателно и се избягва ежедневното излагане на екран. Отговорност на всеки родител е да прецени най-добре дали, кога и колко често да предлага екран на децата си спрямо нагласите и развитието им в за съответни възрастови групи.

Препоръчително е родителите да следват основни насоки, за да осигурят безопасно екранно време на своите деца. Такива са използването на настройки за родителски контрол, каквито повечето екранни устройства и приложения имат. Те позволяват на родителите да следят и ограничават времето, прекарано от децата пред екрана и в съответното приложение, както и да ограничават достъпа до неподходящо екранно съдържание. За безопасно сърфиране в интернет е необходимо с децата да се разговаря както у дома, така и в училище за значението на медийното съдържание, включително реклами социални мрежи. Децата следва да умеят да разпознават фалшиви новини и неподходящо съдържание. Те също така следва да се насърчават да споделят, ако се сблъскат с нещо, което ги е притеснило в дигиталното пространство.

Друг способ е формирането на дигитално-медийна грамотност у подрастващите чрез повишаване на осведомеността им за заплахите в онлайн пространството, рисковете от

прекомерната употреба на дигиталните технологии и влиянието им върху физическото здраве и психично благополучие, както и изграждане на умения за балансиране на времето пред екрана и извън него. Важно е децата да имат алтернативни възможности за прекарване на време без екрани, вкл. творчески занимания, четене, спорт и занимания навън, игри с връстниците и игри, които позволяват активно взаимодействие между детето и родителя. Дейностите следва да бъдат съобразени с възрастта, интересите на детето и индивидуалните нужди на семейството.

Препоръките не са насочени към доставчиците на аудио-визуални медийни услуги или към създателите на онлайн съдържание. С тях не се цели ограничаване на тип или група съдържание. Те са част от усилията на СЕМ за насърчаване на медийната грамотност чрез мерки за развитието на умения и знания, които позволяват на гражданите да правят информиран избор за медийното съдържание и за медийните услуги, да използват медийните услуги и медийното съдържание по безопасен начин и да създават медийно съдържание като участват отговорно, етично и ефективно в различните форми на комуникация. **Фокусът на Препоръките е свързан основно с превенция на децата и подкрепа на възрастните, като екраните и най-вече качествено съдържание имат редица ползи в образованието, дигиталната грамотност и достъпа до култура.**

Документът може да бъде намерен тук: <https://www.cem.bg/actbg/6496>.

6. ИЗРАБОТВАНЕ И РАЗПРОСТРАНЕНИЕ НА ВИДЕОКЛИПОВЕ И АУДИОКЛИПОВЕ ПО ТЕМАТА ЗА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ

6.1. По поръчка на СЕМ през 2024 година бе изработен аудио- и аудио-визуален клип, чието послание е „Провери, преди да се довериш“.

На 11 юни 2024 г. информационният клип бе представен в аудио и видео вариант на партньорските институции и организации, подписали меморандума за повишаването на медийната грамотност - Министерството на културата, Българското национално радио, Българската национална телевизия, Асоциацията на българските радио и телевизионни оператори – АБРО и Коалицията за медийната грамотност. Посланието на видеоклипа е насочено към различни публики, а идеята му е популяризиране на медийната грамотност през традиционните медии и онлайн платформи. Предвидени са два варианта с продължителност 30 и 15 секунди, както и субтитрирана версия. Представителите на обществените медии изразиха готовност да го разпространяват в национален ефир. Страните по меморандума се ангажираха да продължат общите усилия за повишаване на медийната грамотност в дългосрочен план.

На 27 юни 2024 г. Съветът за електронни медии започна тримесечна информационна кампания за повишаване на медийната грамотност чрез разпространение на аудио- и аудиовизуален клип, изготвен по поръчка на регулатора. Клипът е насочен към различни публики и предупреждава потребителите за опасностите, които крият фалшивите новини, дезинформацията и кибертормозът. Посланието на видеоклипа е „Провери, преди да се довериш“.

Клипът има версия със субтитри за хората със специални потребности.

В рамките на проведената тримесечна кампания клипът получи широко разпространение, както в програмите на търговски доставчици – членове на Асоциацията на българските радио- и телевизионни оператори – АБРО, така и в програмите и онлайн платформите на Българското национално радио и Българската национална телевизия. Клипът <https://www.cem.bg/displaynewsbg/991> бе излъчван и през летните месеци и на 26 септември 2024 г. в Съвета за електронни медии на работна среща бяха отчетени резултатите от тримесечната кампания за медийна грамотност с излъчването му. Клипът получи широко разпространение през ефира на обществените БНТ и БНР и медиите от Асоциацията на българските радио и телевизионни оператори - АБРО.

По данни на АБРО клипът е бил излъчен 1681 пъти в радиостанциите от групата Радио Плей Медия, 178 пъти в каналите на Нова Броудкастинг груп ЕООД, 531 пъти в каналите на БТВ Медиа Груп ЕАД и 336 пъти в телевизионната програма BULGARIA ON AIR. 810 пъти е прозвучало посланието „Провери, преди да се довериш“ във всички ефирни програми

на БНР, а в онлайн платформите на общественото радио посланията за медийна грамотност са получили по 5 хиляди прочитания. Клипът, който разяснява опасностите от дезинформацията, онлайн измамите и кибертормоза, е излъчен 50 пъти в програмите на БНТ като кампанията е съпътствана с репортажи по темата за медийната грамотност и рубриката за проверка на факти в обществената телевизия.

Успехът на кампанията с аудио-визуалния клип е резултат от целенасочената работа и ангажираност на всички членове на Съвета за електронни медии по темата медийна грамотност. На работната среща със страните по Меморандума за медийната грамотност бяха обсъдени възможни следващи разговори за продължаване на инициативите с Министерството на културата, изработване на календар със събития и дейности, в които ще могат да се включат партньорите по Меморандума.

6.2. СЕМ се включи в комуникационна кампания за по-добра осведоменост за дезинформацията във връзка с изборите за Европейски парламент през юни 2024 г.

Европейската комисия, заедно с Групата на европейските регулатори за аудиовизуални медийни услуги (ERGA), от която Съветът за електронни медии беше част, проведе съвместна комуникационна кампания за информиране на гражданите относно свързаните рискове, насърчаване на критичното мислене и предоставяне на практически съвети за идентифицирането и ограничаването на дезинформацията, манипулирана информация и външна намеса в изборите за Европейски парламент.

Изработеният видеоклип на български и на другите официални езици в Европейския съюз се излъчи във всички държави членки, като България бе една от първите.

Клипът е наличен тук: <https://youtu.be/4vrTL10XxVM>.

7. СЕМ противодейства на тенденцията за използване на дезинформационни наративи за европейските и парламентарни избори през юни 2024 г.

На 30 май 2024 г. СЕМ, в усилията си да подпомага медийната грамотност на потребителите на медийни услуги, публикува на своя сайт специално обръщение. С него се обръща внимание върху тенденцията за използване на различни дезинформационни наративи за предстоящите европейски и парламентарни избори през юни 2024 г. Във връзка с това гражданите могат да получат повече информация на [специализирания портал на Европейската комисия](#), на сайта на [Българо-румънската обсерватория за дигитални медии](#), както и на сайта на [Европейската дигитална медийна обсерватория](#).

8. Дни на Отворените врати в СЕМ

На 01 март и на 01 ноември 2023 г. Съветът за електронни медии отвори врати за посетители. Всички, които се интересуват от работата на регулатора, имаха възможност да посетят залата, в която Съветът провежда заседания, да се запознаят с особеностите и спецификите в дейността на СЕМ, неговите функции и да видят нагледно как работи системата за мониторинг на медийното съдържание.

Членове на Съвета и експерти се срещнаха със студенти и граждани и обсъдиха особеностите и предизвикателствата в работата на СЕМ, както и възможностите на системата за специализиран мониторинг. „Ние сме твърдо решени да отстояваме репутацията си на най-прозрачно работещ регулатор. След като направихме съвещанията си достъпни и те могат да бъдат проследявани в реално време, е крайно време да покажем колко е специфична работата на нашите експерти“, посочи председателят на СЕМ Соня Момчилова. Вратите на СЕМ и в бъдеще ще останат отворени за срещи и контакти с младата аудитория.

СЕМ е обособил на сайта си отделна секция МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ: <https://www.cem.bg/infobg/495>.

9. ОРГАНИЗИРАНИ ОТ СЕМ КРЪГЛИ МАСИ И КОНФЕРЕНЦИИ ПО РАЗЛИЧНИ ТЕМИ, КОИТО СПОМАГАТ ЗА ИНФОРМИРАНОСТТА И ПОВИШАВАНЕТО НА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ

9.1. Дискусия на тема „Европейският акт за свобода на медиите – възможности и предизвикателства“

На 02 юли 2024 г. Съветът за електронни медии проведе дискусия на тема „Европейският акт за свобода на медиите – възможности и предизвикателства“. В дискусията участваха представители на Комисията по журналистическа етика, Асоциацията на българските радио и телевизионни оператори АБРО, БНТ, БНР, БТВ Медиа Груп, ръководството и преподаватели от ФЖМК на СУ „Св. Климент Охридски“.

И. д. председателят на СЕМ д-р Габриела Наплатанова определи срещата по инициатива на регулатора като изключително навременна с оглед на приемането на Европейския акт за свобода на медиите (EACM) на 17 април тази година. Европейският акт за свобода на медиите предвижда по-голяма защита на журналистите от натиск и проследяване, укрепване на плурализма и редакционната независимост на обществените медии. Принципите, заложи в новия регламент бяха разяснени пред участниците в дискусията с презентация от д-р Симона Велева, член на СЕМ и проф. Нели Огнянова, специалист по медийно право. В документа са предвидени редица нови изисквания пред регулаторите, включително за оценка на концентрацията на медийния пазар, критерии за държавната реклама и прозрачност при измерването на аудиторията. Голяма част от текстовете на регламента влизат в сила от август 2025 г. В него е записано, че държавите членки на ЕС трябва да предприемат национални мерки по прилагането на регламента. От февруари започва да функционира предвиденият в EACM Европейски съвет по медийни услуги/ЕСМУ, който ще решава казусите, свързани с прилагането на регламента. Националните регулаторни органи ще играят ключова роля в успешното прилагане и мониторинг на текстовете на акта за медийна свобода. Затова е от изключителна важност да се осигури адекватна експертиза, технически и финансови ресурси за НРО, подчертаха участници в срещата.

Цялата дискусия може да се проследи [тук](#).

9.2. Конференция на тема „Европейският акт за свободата на медиите - рамка за независимост и плурализъм в Европейския съюз“

На 25 ноември 2025 г. СЕМ организира конференция на тема „Европейският акт за свободата на медиите - рамка за независимост и плурализъм в Европейския съюз“.

Форумът събра журналисти и експерти на обща конференция, на която беше представен Европейският акт за свободата на медиите - основни разпоредби и необходимост от изменения в националното законодателство. Конференцията откри председателя на СЕМ д-р Симона Велева, приветствия към участниците направиха Йорданка Чобанова – ръководител на Представителството на Европейската комисия в България, Димитър Николов – заместник-председател на Комисията по култура и медиите, Ашот Казарян – заместник-министър на културата, Кирил Вълчев – генерален директор на Българската телеграфна агенция, Димитър Абрашев – член на Управителния съвет на Българското национално радио, Антон Андонов – член на Управителния съвет на Българската национална телевизия, Господин Йовчев – изпълнителен директор на „БТВ Медиа Груп ЕАД, Елена Велкова – директор „Право, съответствие със законодателството и човешки ресурси“ в Нова Броудкастинг Груп ЕООД и Анна Танова – изпълнителен директор на Асоциация на българските радио- и телевизионни оператори - АБРО.

Конференцията продължи с дискусии в три панела. Първият панел, с модератор Пролет Велкова - член на СЕМ, обсъди защитата на свободата на медиите и журналистите, редакционната независимост и качествена журналистика. Вторият панел дискутира прозрачността на собствеността на медиите и оптимизирането на медийните регистри, модерирани от д-р Габриела Наплатанова, член на СЕМ. В третата част от конференция се обсъдиха въпроси, свързани с финансирането и независимостта на обществените медии, с прозрачността и разпределянето на държавната реклама,

дейността и функциите на Европейския съвет за медийни услуги (ЕСМУ), както и правата на аудиторията. Дискусията води председателят на СЕМ д-р Симона Велева.

Дискусионните панели могат да бъдат проследени на адрес: <https://www.cem.bg/displaynewsbg/1087>.

9.3. Кръгла маса на тема „Медийна грамотност“

На 15 ноември 2023 г. Съветът за електронни медии организира Кръгла маса на тема „Медийна грамотност“. Представители на Министерство на културата, Министерство на образованието и науката, доставчици на медийни услуги, саморегулаторни органи, сдружения на медии и на журналисти ще обсъдят политиката и развитието на медийната грамотност в България. Събитието може да бъде проследено онлайн тук: <https://us06web.zoom.us/j/83217635100>.

9.4. Дискусия „Войни и конфликти, медии и общество“

На 12 март 2025 г. СЕМ проведе съвместно със Софийския университет дискусията „Войни и конфликти, медии и общество“. В дискуссионен формат и с участието на авторитетни журналисти, медийни експерти и академични изследователи бяха разгледани различни аспекти от медийното отразяване на войни и конфликти, включително и в контекста на информационната, националната и международната сигурност. Бяха поставени важни за медийната и обществената среда въпроси, породени от отзвук на глобалните кризи и напрежения.

Дискусията протече в следните два панела: „Медийно отразяване на войни и конфликти“ и „Информационна, национална и международна сигурност“. Събитието бе открито от и. д. председателя на СЕМ д-р Симона Велева. Тя обърна внимание, че в последните три години регулаторът е осъществил над десет наблюдения за начина, по който българските медии отразяват войни и конфликти. „Мониторингът ни показва само едно и то е доказано – българските традиционни медии, радио и телевизия, преимуществено отразяват плуралистично, безпристрастно и всеобхватно тези конфликти,“ изтъкна д-р Велева. Приветствено слово при откриването на дискусията произнесе и ректорът на СУ „Св. Климент Охридски“ проф. д-р Георги Вълчев. Той изтъкна, че Софийският университет е едно от интелектуалните огнища в България и трябва да поддържа тази своя роля. Ректорът отбеляза, че е посрещнал с огромно удовлетворение молбата на СЕМ тази дискусия да се проведе именно тук. Проф. Вълчев събщи, че заедно с колегите от Факултета по журналистика и масова комуникация (ФЖМК) в СУ и Националната военна академия във Велико Търново се подготвя магистърска програма за военни кореспонденти. Модератор на двата панела бе инициаторът на дискусията, членът на СЕМ Къдринка Къдринова.

В панела „Медийно отразяване на войни и конфликти“ бяха направени пет въвеждащи изказвания на журналисти с опит от „горещи точки“. Първа в този панел взе думата членът на СЕМ д-р Габриела Наплатанова. Тя изтъкна, че за да бъде един човек изпратен в зона на военни действия или в зона, където се е случил терористичен акт, се изискват огромни инвестиции, както от негова страна, така и от страна на редакцията, която взема критичното решение да го изпрати там, на място. Георги Милков, журналист от в. „24 часа“ и водещ на предаване по БНТ, сподели свои преценки от богатия си опит из горещи точки. Отбеляза, че войната е нещо ирационално, но отразяването на една война е още по-ирационално, особено през последните години, в които технологиите са променили не само начина на водене на войни, но и тяхното отразяване.

Бойко Василев от БНТ също сподели личен опит от югославските войни през 90-те години, които е отразявал. Според Василев „най-обективното нещо – образът, изображението“, е най-проблемното днес, защото всеки може да фабрикува образи. „Това, което ние смятахме за абсолютно необективно – човешкото мнение, то идва отново на мода“, отбеляза журналистът. Николай Дойнов от Нова телевизия разказа, че отразява събитията в Украйна от 2013 г. и многократно е бил „на терен“. Той подчерта: „Много трудна работа е, когато си там, на място, да кажеш: Това е истина, това не е. Защото ти виждаш само една пращинка от тази огромна война, този огромен конфликт. Ти не можеш да претендираш, че даваш цялата картина, не можеш да даваш цялата

истина. Но можеш да застанеш зад думите си такива, каквито са предадени в твоя репортаж“. Ангел Григоров от БНР, който бе две години кореспондент на общественото радио в Москва, но акредитацията му бе отнета от руските власти, изтъкна, че в условията на война място за плурализъм няма – и това ясно го показват именно действията на руските власти. Той разказа какво се е случило с ред руски медии и как са реагирали те.

Първият панел от дискусиата се състоя при силен интерес от публиката. В него споделиха свой професионален опит и мнения още Енчо Господинов, Олег Попов, Костадин Филипов, Валерий Тодоров, Тоня Димитрова, Симеон Василев, Мехмед Юмер, Филип Буров, Велислава Дърева, Огнян Касабов, Велиана Христова и др.

Вторият панел „Информационна, национална и международна сигурност“ даде думата на петима академични изследователи и дипломати. Проф. Светослав Малинов – преподавател по политическа теория и история на политическата теория, изрази съгласие с тезата, че има нещо над истината, когато има война. Проф. Малинов цитира мисъл на Томас Хобс: „Властта, а не Истината създава законите“ и изтъкна: „Победата, а не истината е целта на войната“. Любомир Кючуков – дипломат, откри няколко акцента за ролята на медиите в условията на войни и конфликти. Според него всичко, казано от политиките, се връща към тях обратно чрез медиите. Йордан Божилов, експерт по сигурността, обърна внимание, че да се говори само за фалшиви новини и дезинформация не е достатъчно, защото „новите медии и изкуственият интелект вече доведоха до нещо ново, което ние наричаме когнитивна война“. Експертът поясни: „Това е обезличаване на човека, откъсване от принадлежността му, формиране на нов човек, на нов подход, даже не на базата на рационалното, а на базата на емоционалното. И това вече става. Ние виждаме как може със средствата на социалните мрежи да се моделират цели общества, защото новите социални мрежи правят анализ на всеки един потребител“.

Проф. Искра Баева, историк, посочи, че „войните винаги са присъствали в историята на човечеството и за съжаление, предполагам, че тази тенденция ще продължи“. Според нея в историята няма една истина, има много истини. Тя посочи още, че сме във време на липса на познаваемост изобщо, „тъй като всяко нещо може да се превърне във фалшива новина, всяко нещо може да бъде генерирано изкуствено и да не е вярно“. Д-р Мариян Карагьозов от БАН обърна внимание на важноста медиите да разполагат с добре подготвени журналисти, включително и езиково. Според него са необходими журналисти, които да говорят и други езици, освен английски, както и да познават контекста на конфликтите. Иначе се възпроизвежда дискурсът на засегнатите и пряко участващи в различните конфликти страни, „което очевидно крие риска от манипулиране на българската аудитория, повишаване на поляризацията и стесняване на политическите опции за реакция“. В панела се включиха още проф. Петко Тодоров, Соня Момчилова и др.

[Доклади на СЕМ по темата „Война и конфликти, медии и общество“.](#)

9.5. СЕМ и Националният съвет за саморегулация проведеха обучение на инфлуенсъри

На 12 февруари 2025 г. Съветът за електронни медии и Националният съвет за саморегулация проведеха първото по рода си обучение на инфлуенсъри. **Обучението „Регулация и етични правила на инфлуенсър маркетинга“** включи въпросите за саморегулацията в рекламата, развитието на инфлуенсър маркетинга, регулацията на аудио-визуалното съдържание в областта на рекламата и тенденциите в развитието на регулацията в Европа, защита на потребителите и конкуренцията и защита на авторското право. Обучението се проведе от д-р Симона Велева, и.д. председател на СЕМ, адв. Анна Танова, изпълнителен директор на АБРО, адв. Надя Чукова, председател на Етичната комисия към НСС и адв. Андреа Андреев, специалист в областта на интелектуалната собственост. Обучението се радва на изключителен интерес, като се дадоха заявки за това да се проведат и други следващи такива.

Събитието се проведе с подкрепата на Асоциацията на българските радио и телевизионни оператори - АБРО, Българската асоциация на рекламодателите и Българската асоциация на комуникационните агенции.

9.6. Кръгла маса на тема „Изкуственият интелект - възможности и предизвикателства пред медиите и регулацията“

На 28 януари 2025 г. Съветът за електронни медии организира кръгла маса на тема „Изкуственият интелект - възможности и предизвикателства пред медиите и регулацията“. На форума бяха обсъдени теми, свързани с развитието на изкуствения интелект (ИИ) и приложението му в медийния сектор, въздействието му върху производството и разпространението на съдържание, проверка на фактите и др. В дискусиата участваха представители на БНТ, БНР, БТВ Медиа Груп ЕАД, Нова Броудкастинг Груп ЕООД, Асоциацията на българските радио и телевизионни оператори АБРО, академичните среди и бизнеса. **Запис на цялото събитие [тук](#).**

На 05 Октомври 2023 г. СЕМ публикува на сайта си обръщение във връзка със зачестилите случаи на злоупотреба с образите на популярни медийни лица с цел реклама на стоки и услуги (т.нар. deepfake видео). Съветът за електронни медии призовава гражданите да проявяват критичност и бдителност по отношение на търговските съобщения и цялото медийно съдържание. В случай че видят и разпознаят видео, използващо фалшиви образи и подвеждаща информация, да изпратят сигнал на оповестения от Министерство на вътрешните работи адрес: report@cybercrime.bg.

9.7. Международна конференция на медийните регулатори на страните от Балканския регион обсъди темите за дезинформацията, медийната грамотност, изкуствения интелект, хазарта и децата

По покана на Съвета за електронни медии от 23 до 25 ноември 2022 г. в София се проведе първата **Международна конференция на медийните регулатори на страните от Балканския регион**. Във форума взеха участие представители от Албания, Гърция, Косово, Черна гора, Северна Македония, Румъния, Сърбия, Турция и гост-лектори от Италия, Каталуния (Испания) и Молдова. Конференцията откри председателят на СЕМ Соня Момчилова с думите: „Вярвам, че срещата ни ще бъде ползотворна и ще ни даде отговори на много въпроси, пред които сме изправени и чието решение ще е от полза за хармонията и нормализирането на медийната среда, регулирането на която е все по-деликатна и сложна дейност“. Онлайн поздравление към форума отправи и Любош Куклиш, EPRA (European platform of regulatory authorities).

Историята, спецификите и дейността на българския регулатор представи д-р Симона Велева, член на СЕМ. Всеки от участниците запозна накратко присъстващите с особеностите при конституирането, състава, финансирането, правомощията и предизвикателствата пред регулаторните органи в своите страни.

В панела „Изкуственият интелект в регулацията – предимства и рискове“, модерирани от д-р Габриела Наплатанова, член на СЕМ, се обсъдиха възможностите за противопоставяне на дезинформацията и езика на омразата с помощта на технологиите. Гост-лекторите Моника Рюис от каталунския регулатор и Дениз Гюлер от турския регулатор споделиха опит за работа с изкуствен интелект в подбора на информацията и мониторинга. Владимир Петков (CEO Identix) презентира възможностите на изкуствения интелект в борбата с езика на омразата, а специалистът по киберсигурност Ясен Танев постави акцент върху етичните аспекти. Заместник-министърът на електронното управление Благовест Кирилов посочи пред медийните регулатори, че за използването на изкуствения интелект в борбата с дезинформацията е необходима активна държавна подкрепа и разработване на стратегия за неговото внедряване.

„Дезинформация и медийна грамотност – проблеми и решения“ е панелът, модерирани от Пролет Велкова, член на СЕМ, в който се представиха проектите на БНТ - „МеГра“ (Надя Обретенова) и на БНР - Factcheck (Николай Петров), като възможност за противопоставяне на фалшивите новини от обществените медии. За противодействието на дезинформацията и опита в работата за повишаване на медийната грамотност разказаха в презентации и проф. Георге Плиос, член на гръцкия регулаторен орган, Йетон Мехмети от Косово и Емилия Яневска от Северна Македония.

В третия панел „Регионални особености на регулацията и съвременни предизвикателства“, моделиран от д-р Симона Велева, член на СЕМ, се разгледаха две особено важни теми. По първата „Предизвикателствата пред медийния регулатор в условията на военен конфликт в непосредствена близост до страната“ Орест Дабиджа, член на молдовския регулаторен орган, сподели опитът на страната. Гостът Франческо Ди Джорджи представи практиката на Италия по отношение на търговското слово за хазарт. В резултат на въведената абсолютна забрана на рекламата на хазарт в страната, медийният регулатор е изправен пред решаване на редица казуси, като интерес предизвиква съдебната практика по тях. Изпълнителният директор на Националната агенция за приходите Борис Михайлов информира за дейността на агенцията във връзка с хазарта, като акцентира върху доброто сътрудничество със СЕМ, довело до налагане на санкции за непозволена реклама на хазарт.

По време на форума участниците обмениха ценни мнения и опит и потвърдиха желанието си да работят за насърчаване и сближаване на връзките и сътрудничеството между страните от Балканския регион по темите и процесите, свързани с предизвикателствата пред медийната регулация, които динамиката на съвременните процеси определят.

9.8. Дискусия на тема „Търговското слово в медиите“

На 06 юли 2023 г. СЕМ организира дискусия на тема „Търговското слово в медиите“. В нея взеха участие представители на Комисията за защита на потребителите, на Асоциацията на българските радио- и телевизионни оператори, на Националния съвет за саморегулация, генералните директори на Българската национална телевизия и Българското национално радио, журналисти в радио, телевизионни и печатни медии, представители на Съюза на българските журналисти, на дарителски организации, комуникационни агенции. Участниците дискутираха законовата рамка за представянето на търговско слово, забранените търговски съобщения, представянето на каузи и търговски марки в редакционното съдържание - проблемни и добри практики. Обсъдени бяха предизвикателствата, с които се сблъскват и медиите, и рекламодателите, въпросите за редакционната свобода и независимостта на доставчиците при включване на търговски съобщения в създаваните от тях медийни услуги; автоцензурата – има ли такава и води ли до информационен дефицит; конкуренцията с рекламата в интернет и промотирането на продукти и услуги от инфлуенсъри - зони, които не са регулирани от закона.

Цялата дискусията може да бъде намерена [тук](#).

9.9. Кръгла маса относно търговското слово за хазарт в медийните услуги

На 13 декември 2022 г. Съветът за електронни медии организира кръгла маса на тема „Търговското слово за хазарт в медийните услуги и услугите на платформите за споделяне на видеоклипове“. Срещата е продължение на инициирания разговор между Съвета за електронни медии и Националната агенция за приходите, поставено с подписването на Меморандум за сътрудничество между СЕМ и НАП и продължен по време на Международната конференция на регулаторите от Балканския регион през м. ноември 2022 г. в София.

В кръглата маса взеха участие представители на Националната агенция за приходите, на доставчиците на медийни услуги и на организаторите на хазартни игри, Националния съвет за саморегулация, психиатри, представители на Центъра за изследване на демокрацията, Националната мрежа за децата, Асоциация „Родители“ и др. Председателят на СЕМ Соня Момчилова подчерта при откриването на срещата, че в Съвета всекидневно постъпват множество сигнали от недоволни зрители, но правомощията, които Законът за радиото и телевизията дават на регулатора, са твърде ограничени, като и въпреки това регулацията на търговското слово за хазарт в медийните услуги са от първостепенно значение в работата на СЕМ като осмислена отговорност пред подрастващите у нас. Психиатърът д-р Цветеслава Гълъбова съобщи за постоянно растящия брой на зависимите от хазарт, на които трудно може да се помогне, тъй като хазартната зависимост не се лекува с медикаменти. Представителите на Българската

гейминг асоциация информираха за общ проект за саморегулация, който съдържа осем точки, включително недопускането в реклами за хазарт на лица под 23 години; забрана за съобщаване на размера на възможните парични награди; забрана за излъчване на реклами на хазарт в радио- и телевизионните програми в часовия интервал между 05.00 ч. и 18.00 ч., освен по време на спортни събития. Също така включване в рекламите на изрично съобщение за отворен хазарт (разумно залагане) и др. Председателят на Националната мрежа за децата Георги Богданов подкрепи предложението за забрана на хазарт в определен часови пояс и призова за по-строго спазване на сега съществуващите норми и изисквания. Председателят на Националния съвет за саморегулация Ели Герганова приветства готовността на индустрията да се обедини от осмислената нужда от саморегулация. Тя предложи да се сложи началото на обсъждане и създаване на правила, за да се намерят подходящи критерии и мярка в три аспекта: обема на рекламите на хазарт, достъпа на деца до тях и съдържанието им.

В заключение на срещата изпълнителният директор на НАП Борис Михайлов посочи, че отличното взаимодействие между СЕМ и НАП е довело до засилване на мерките за контрола и превенция на рекламите в хазарта, както и до налагане на санкции за непозволена реклама.

След подписването на Меморандума за сътрудничество със Съвета за електронни медии, Националната агенция за приходите е издала девет наказателни постановления за 2022 г.

На организираната от Съвета за електронни медии в края на месец ноември **Международна конференция на медийните регулатори от Балканския регион в София (23-25 ноември 2022 г.), в панела „Регионални особености на регулацията и съвременни предизвикателства“, участниците дискутираха върху темата за рекламата на хазарт в медиите.** Специално за да представи опита на страната, в която е въведена абсолютна забрана за рекламиране на хазарт, на конференцията беше поканен гост-лектор от Италия. Председателят на СЕМ Соня Момчилова отбеляза, че Съветът е инициатор на този разговор, а началото е поставено с подписването на Меморандум за сътрудничество между СЕМ и НАП през месец август тази година. Тя подчерта, че темата с рекламирането на хазарта е проблем не само на българското общество. Изпълнителният директор на Агенцията Борис Михайлов посочи, че с дигитализацията на сектора се появяват все нови и нови платформи. НАП си дава сметка, че хазартът носи съществени приходи в хазната, но независимо от всичко само за две години Агенцията е спряла дейността на над 130 сайта за онлайн залагания без лиценз, като за един месец е преустановена дейността на 49 платформи за онлайн залагания. Реално, НАП наблюдава едва от две години процеса с хазарта (преди това в компетентността на Държавната комисия по хазарта) и следи за изпълнението на закона, като е безкомпромисна към нарушителите. В тази връзка и с цел засилване на ефективността на сътрудничеството между СЕМ и НАП по прилагане на нормативната уредба, свързана с търговското слово за хазарт, както бе посочено по-горе, е сключен Меморандум за сътрудничество между двата органа. Съветът редовно изпраща сигнали до Агенцията за неправомерно съдържание, по които се правят проверки. Благодарение на успешното сътрудничество до момента са издадени девет наказателни постановления на хазартен оператор, три национални и една музикална телевизии заради излъчване на нерегламентирани реклами на хазартни игри.

Изпълнителният директор на националната приходна агенция посочи още, че е поставено началото и на кампания, посветена на отговорния хазарт, като целта е да се разясняват пред широката общественост рисковете и последиците от хазартната зависимост. Той оцени като ползотворно сътрудничеството между двете структури в превенцията и контрола на хазарта. Гост-лекторът от Италия Франческо Ди Джорджи представи опита на страната си, където с промени в законодателството от 2018 г. се забранява прякото и непряко рекламиране на залагания с парични награди, както и на хазарт, независимо от това как се извършват и с какви средства. Целта на законодателните промени е да направи борбата срещу пристрастяването към хазарта все по-ефективна и да засили защитата на потребителите и на общественото здраве. На Google и Youtube, като собственици на платформи за споделяне на видеоклипове, са наложени санкции от 700 000 и 750 000 евро и е издадена заповед за сваляне на незаконно съдържание за хазарт.

9.10. Дискусия на тема „Автоцензурата - проблем на българската журналистика?“

На 22 март 2023 г. в Съвета за електронни медии се проведе дискусия на тема „Автоцензурата - проблем на българската журналистика?“. Повод за разговора бе последното проучване за свободата на словото на Асоциацията на европейските журналисти, което отчете ръст на автоцензурата сред журналистите. Според данните в изследването най-голям външен натиск върху репортерите оказват политици, държавни институции, икономически субекти и рекламодатели.

На дискусията присъстваха изтъкнати журналисти, сред които Златимир Йочев (bTV), Георги Любенов (БНТ), Миролуба Бенатова (TV1), Константин Вълков (Дарик), Диана Янкулова (БНР), Асен Йорданов (Биволъ), Снежана Тодорова (СБЖ), Илия Вълков (АЕЖ), Весислава Антонова, Калин Манолов, Спас Спасов (Платформа „За истината“). На срещата присъства и бившият председател на СЕМ доц. Георги Лозанов. Председателят на СЕМ Соня Момчилова при откриването на форума заяви, че вярва „българските журналисти няма да изменят на мисията си и на основните задачи да преследват с всички средства и да отстояват истината. Задачата на регулатора е да бъдем гарант за това вие да работите спокойно, да работите свободно, да работите без натиск и без намеса.“

Водещи български журналисти и медийни експерти разговаряха за това до колко цензурата влияе върху автоцензурата и къде е по-силно проявена тя - в обществените или в търговските медии. Отбелязано беше, че много често журналистите стават заложници на търговските отдели в медиите и че по време на предизборна кампания всяко изказване може да се превърне в проблем за екипа и водещите. Работата в предизборните студиа е доста сложна за журналистите, особено като се имат предвид финансовите измерения на проблема. (Г. Любенов, БНТ; Златимир Йочев, БТВ).

Като екзекуция на медии определиха участниците в дискусията делата с непоносимо високи искиове (SLAPP дела), каквито се водят например срещу „Биволъ“ и „Медиапул“. Констатирано бе, че проблемът е в структурата на функциониране на медиите в България. Те не се ползват с необходимата обществена защита и когато нарушат интереса на даден субект им се налагат репресивни действия. (А. Йорданов „Биволъ“). За да се противостои на такъв натиск, преди години е съществувала идея за създаване на закон за медийните услуги, който да защити медиите от трите власти и бизнеса, но липсата на достатъчно солидарност и самоорганизация в журналистическата колегия е оставила проблема без последствия. А там сред „трите джунгли“ е и аудиторията, и плурализмът, и концентрацията на влияние. В тази посока трябва да се търси развитието на проблема (Г. Лозанов). На финала Соня Момчилова призова медиите да не се превръщат в "бял шум" и да разчитат на СЕМ в подкрепа на изпълнение на професионалния си дълг, който очакваме да следват без самоограничения и страх.

9.11. СЕМ участва в организираната от АБРО дискусия за свободата на словото и функционирането на независима медийна среда в страната

На 13 ноември 2024 г. членовете на медийния регулатор, заедно с представители на професионални и медийни организации като Съюз на българските национални електронни медии (СБНЕМ), Съюз на българските журналисти (СБЖ), Асоциация на европейските журналисти (АЕЖ), членове на АБРО в лицето на БТВ Медиа Груп ЕАД и Нова Броудкастинг Груп ЕООД, журналисти от водещи печатни и електронни медии, медийни експерти и представители на академичната общност от Университета за национално и световно стопанство, Нов български университет, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, разгледаха задълбочено състоянието на медийната среда у нас и възможностите за справяне със съвременните проблеми и предизвикателства, пред които журналистите са изправени в ежедневната си работа.

В Първия дискуссионен панел „Медиите – свобода на словото и етични принципи на журналистиката в модерните общества“ се постави на дневен ред темата за медийната култура и правовите принципи, европейските мерки и директиви, реалните заплахи и проявления на вербална и физическа агресия срещу журналисти в България, както и възможните действия за законодателна защита. В панела участие взеха д-р Симона Велева (и.д. председател на СЕМ), Ирина Недева

(председател на УС на АЕЖ-България), Господин Йовчев (гл. оперативен директор на БТВ Медиа Груп), Снежана Тодорова (председател на УС на СБЖ), проф. д.п.н. Нели Огнянова (СУ „Св. Климент Охридски“), проф. д-р Росен Стоянов (НБУ), експерти по медийно право и комуникации. Те отбелязаха, че рядко могат да се видят представители на търговски и обществени медии, преподаватели, както и регулатор да стоят на една маса и призоваха за повече солидарност и подкрепа между журналистите в бранша.

Какви са предизвикателствата в **„Предизборните кампании и отношенията власт – журналистика“** обсъдиха д-р Габриела Наплатанова (член на СЕМ), Милен Митев (генерален директор на БНР), журналистите Бойко Василев (БНТ), Даниела Тренчева (НТВ), Добринна Чешмеджиева (БНТ) и Биляна Църноречка (пресаташе в Бюрото на ЕП в България). Третият панел **„Дезинформация – глобализация, нови подходи и съвременни заплахи в медийната среда“** представи актуалните рискове от достъп до непроверено фактологично съдържание в социалните мрежи, злоупотребата с информация и тиражиране на заблуждаващи предизборни послания. В дискусиата се включиха Пролет Велкова (член на СЕМ), ас. д-р Весислава Антонова (УНСС), журналистите Светослав Иванов (bTV), Велислава Попова (Dnevnik.bg), Станимир Вългенов (Медийна група България) и Людмил Кърджилков (Дарик радио). Участниците потвърдиха необходимостта за обединение в журналистическата гилдия и общи действия, които да защитят достойнството и независимостта на медиите в България и да насочат вниманието на обществото и политиците към конкретни мерки и промени в регулаторните механизми. Сред тях са противопоставяне на всички опити за упражняване на физическо и вербално насилие върху журналисти; приемането на редица промени в законодателството и в областта на саморегулацията с цел въвеждане на мерки за защита неприкосновеността на журналистите и осигуряване на защита на журналистите, предвидени в актовете на Европейския съюз; ясни гаранции за ненамеса от страна на държавата и политиците в редакционната независимост и свободата на изразяване на мнение на медиите.

9.12. Среща с партньорските организации на Платформата за защита на журналистите на Съвета на Европа

На 24 септември 2024 г. Съветът за електронни медии се срещна с коалицията от международни организации за свобода на пресата, която провежда проучвателна мисия за състоянието на медийната среда в България.

СЕМ обсъди актуални въпроси с представителите на международната общност, сред които бяха готовността на държавата по прилагане на новия Акт за свобода на медиите, независимостта на обществените медии и начина на финансирането им и необходимостта от укрепване на механизмите за отстояване на свободата на медиите в страната. Делегацията представлява Платформата за безопасност на журналистите към Съвета на Европа и Механизма за бързо реагиране при нарушения на медийната свобода (MFRR). Сред организациите, които присъстваха на срещата, бяха представители на „Репортери без граници“ (RSF), Европейски съюз за радио и телевизия (EBU), ARTICLE 19, Асоциацията на европейските журналисти (AEJ), Европейски център за свобода на печата и медиите (ЕСРМФ), Европейска федерация на журналистите (EFJ), „Индекс за цензура“, Международен институт за пресата (IPI) и Osservatorio Balcani e Caucaso Transeuropa (OBCT).

9.13. Дискусия на тема „Избори, медии и социални мрежи. Тенденции в потреблението на медийно съдържание – доверие и дезинформация“

На 11 юли 2024 г. СЕМ представи проучване на Екзакта Рисърч Груп за нагласите в потреблението на медийно съдържание по време на предизборна кампанията.

Според 44% от българите, социалните мрежи влияят силно на политическите нагласи и политическия избор на българите. 77% от хората, които следят политическите теми в медиите, очакват журналистите да заемат активна позиция, да се намесват в дебатите и да задават критични въпроси. 65% от имащите навика да следят в медиите политически теми, вярват че успяват да

разпознават фалшивите новини. 36% от хората, които заявяват, че успяват да разпознават фалшиви новини, посочват, че са срещали разяснителни материали как да се защитават от манипулативна информация.

В дискусията на тема „Избори, медии и социални мрежи. Тенденции в потреблението на медийно съдържание – доверие и дезинформация" се включиха представители на обществените медии БНТ и БНР, Асоциацията на българските радио и телевизионни оператори - АБРО, академичната общност, политолози и изследователи на медийната среда.

10. УЧАСТИЕ НА СЕМ В РАБОТНИТЕ ГРУПИ НА ЕРГА/ЕСМУ И ЕПРА ПО ТЕМАТА ЗА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ

На 10 февруари 2025 г. се проведе учредителното пленарно заседание на Европейския съвет за медийни услуги (ЕСМУ/ European Board for Media Services) – правопреемник на Групата на европейските регулаторни органи за аудиовизуални медийни услуги – ERGA.

В първото заседание на ЕСМУ се включиха членовете на Съвета за електронни медии д-р Симона Велева - и.д. председател, д-р Габриела Наплатанова, Пролет Велкова и Къдринка Къдринова. На форума бяха избрани председател на ЕСМУ – Карлос Агилар Паредес (Испания) и заместник-председател Амма Асанта (Нидерландия). Обсъдени бяха процедурните правила за работа на ЕСМУ, работната програма за 2025 година, участието на постоянни наблюдатели в заседанията, представени бяха и шестте работни групи в ЕСМУ и др.

Сред приоритетите на ЕСМУ са защитата на децата от неблагоприятно съдържание, медийната грамотност, запазване интегритета и независимостта на медиите.

Представители на Съвета за електронни медии се включват в срещите на работната група по медийна и информационна грамотност (EMIL) на Европейската платформа на регулаторните органи (ЕПРА).

СЕМ отчете дейностите за насърчаване на медийната грамотност през 2024 година с акцент върху усилията на българския регулатор за повишаване на осведомеността и развиване на критичното мислене в обществото, съгласно изискванията на Закона за радиото и телевизията и Директивата за аудиовизуални медийни услуги. Беше подчертано значението на сключения Меморандум за сътрудничество между Министерството на културата, СЕМ, АБРО, БНТ, БНР и Коалицията за медийна грамотност. Благодарение на тази инициатива през 2024 година беше реализирана тримесечна информационна кампания с мотото „Провери, преди да се довериш", включваща аудио- и аудио-визуален клип, изготвен по поръчка на СЕМ, който получи над 3500 излъчвания в ефира и дигиталните платформи на обществените медии БНТ и БНР, и доставчиците на медийни услуги от АБРО. На срещата, организирана от платформата на регулаторите ЕПРА бяха обсъдени и други успешни практики и бъдещи инициативи за повишаване на медийната грамотност.