

ИЗСЛЕДВАНЕ „ВЛИЯНИЕ ВЪРХУ МЕДИТЕ: СОБСТВЕНИЦИ, ПОЛИТИЦИ И РЕКЛАМОДАТЕЛИ“

ПРЕСКОНФЕРЕНЦИЯ НА ФОНДАЦИЯ
„КОНРАД АДЕНАУЕР“ И ФОНДАЦИЯ „РЕПОРТЕР“
5 НОЕМВРИ 2014 Г.



МЕТОДИЧЕСКА РАМКА

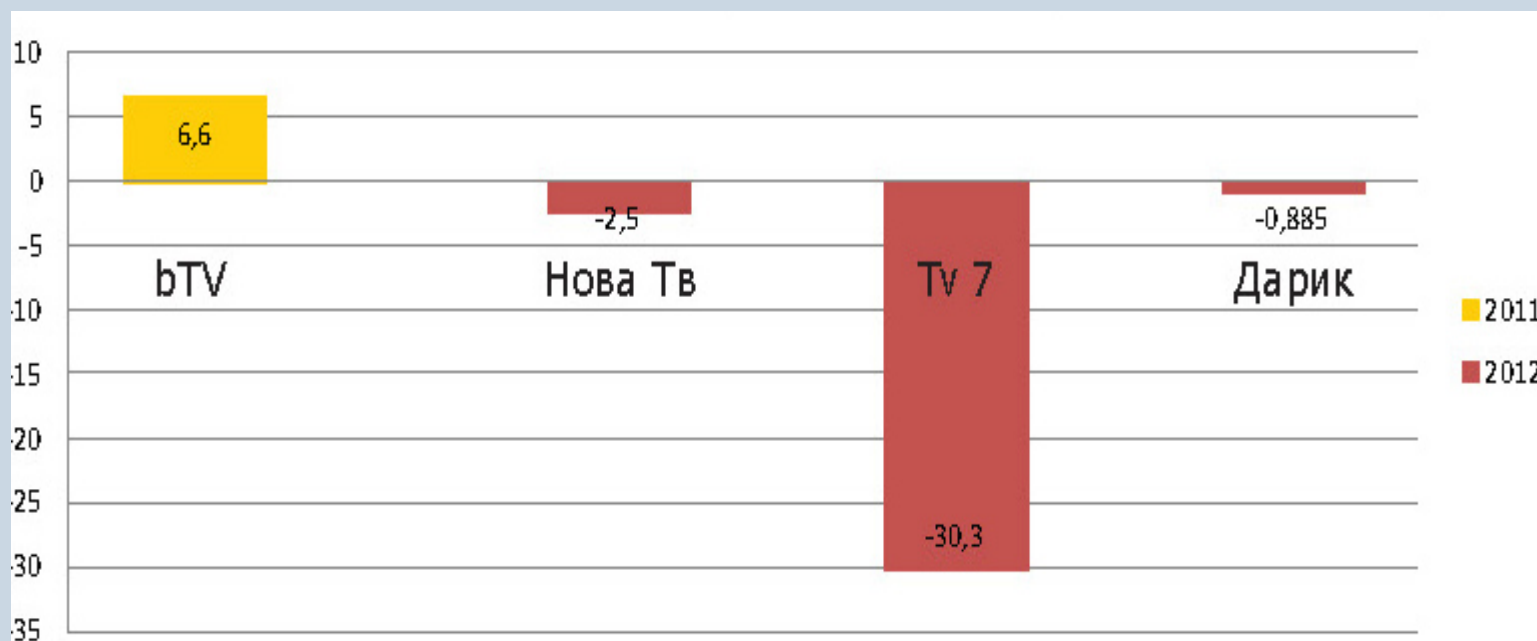
- **Период на изследването:** януари – септември 2014 г.
- **Първи етап:** Изясняване на собствеността медиите и на финансовите им резултати от публичните регистри
- **Втори етап:** Анкети със 100 журналисти от 40 медии (национални, регионални, печатни, електронни и онлайн)
- **Трети етап:** интервюта със собствениците или с управителите на фирмите собственици на медии
- **Четвърти етап:** проучване на регламентите в други страни от ЕС и формулиране на препоръки

Изследването е проведено от Крум Благов и Орлин Спасов

ВИДОВЕ СОБСТВЕНИЦИ

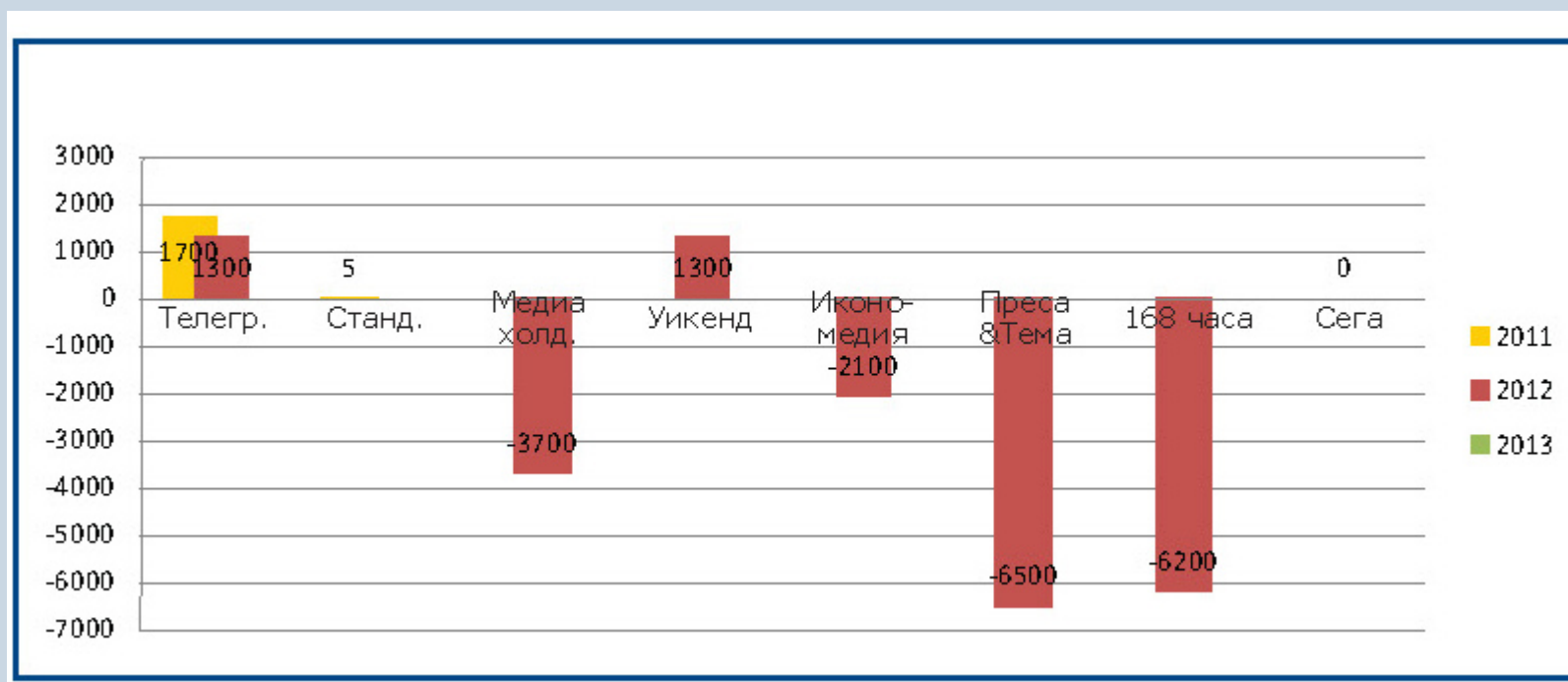
- **Журналисти** – Дарик радио, в. “Преса”, в. “Галерия”, в. “Уикенд” и др.
- **Компании с медиен бизнес** – bTV, Нова Тв, Пресгрупа “Утро” – Русе и др.
- **Лица и компании с друг произход на средствата** – ТВ +, ТВ СКАТ, в. “Стандарт”, в. “Сега”, в. “Десант”, партия Атака, Нова българска медийна група
- **Номинални собственици** – в. “Народно дело” – Варна, в. “Марица” – Пловдив, Пазарджик и Хасково, в. “Струма” – Благоевград, в. “Черноморски фар”

ФИНАНСОВИ РЕЗУЛТАТИ – ТЕЛЕВИЗИИ И РАДИОСТАНЦИИ*



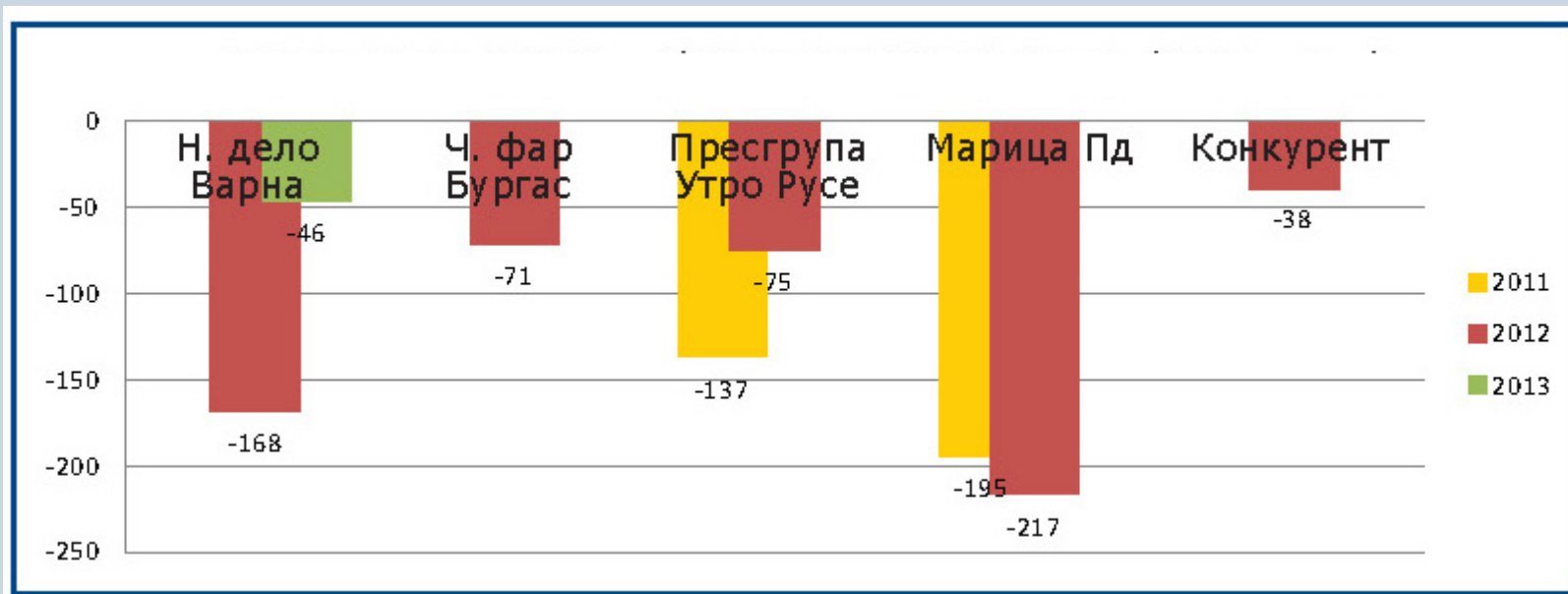
* Данните са в млн. лв. към 30.9.2014 г.

ФИНАНСОВИ РЕЗУЛТАТИ – НАЦИОНАЛНИ ВЕСТНИЦИ*



* Данните са в хил. лв. към 30.9.2014 г.

ФИНАНСОВИ РЕЗУЛТАТИ – РЕГИОНАЛНИ МЕДИИ*



* Данните са в хил. лв. към 30. 9. 2014 г.

НАТИСК ВЪРХУ МЕДИИТЕ

- Политически
- Икономически
- Административен
- Комбиниран

ЗАВИСИМОСТИ

- От политиците
- От рекламодателите
- От разпространителите

ЛОСТОВЕ ЗА ПОЛИТИЧЕСКО ВЛИЯНИЕ

- **Отказ за даване на информация или фаворизиране на определени медии и/или журналисти**
- **Препращане към Закона за достъп до обществена информация (ЗДОИ)**
- **Разпределяне на средства от бюджета и ЕС**
- **Затрудняване на разпространението на печатни издания**
- **Примери: Трият се отрицателните реакции към определени политици във форумите.**
- **Данъчни ревизии на “опозиционни” медии**
- **Кмет на голям областен град се опитва да спре продажбата на местен седмичник чрез натиск върху голяма местна разпространителска фирма**

ВЛИЯНИЕ НА РЕКЛАМОДАТЕЛИТЕ

- **Съобразяване на редакционното съдържание** с интересите на рекламодатели
- **Публикуване на скрита реклама, вкл. и за политически партии**

ВЛИЯНИЕ НА РАЗПРОСТРАНИТЕЛИТЕ

- **Затрудняване на достъпа до пазара**
- **Отказ от разпространение на печатни издания**

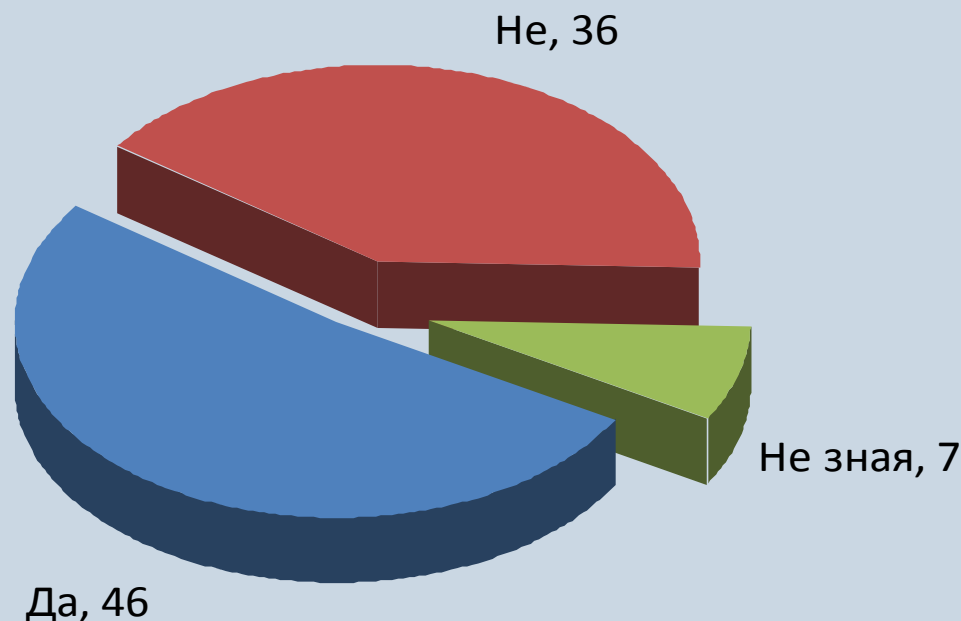
КОРУПЦИЯТА В МЕДИИТЕ

Три равнища на корупционни практики:

- **Журналисти** – обикновено се предлагат двуцифрени суми или дребни облаги срещу публикуване на реклама като информация, споменаване на името на фирма и др.
- **Главни редактори и др. редакционни ръководители** – сумите са пет-шестцифрени за “добро отношение” към определени лица
- **Собственици на медии** – стига се до седем-цифрени суми за “цялостна ориентация” на медията. Максимумът – 5 млн. лв.

Повечето журналистите смятат, че фигурите на властта оказват влияние върху медиите

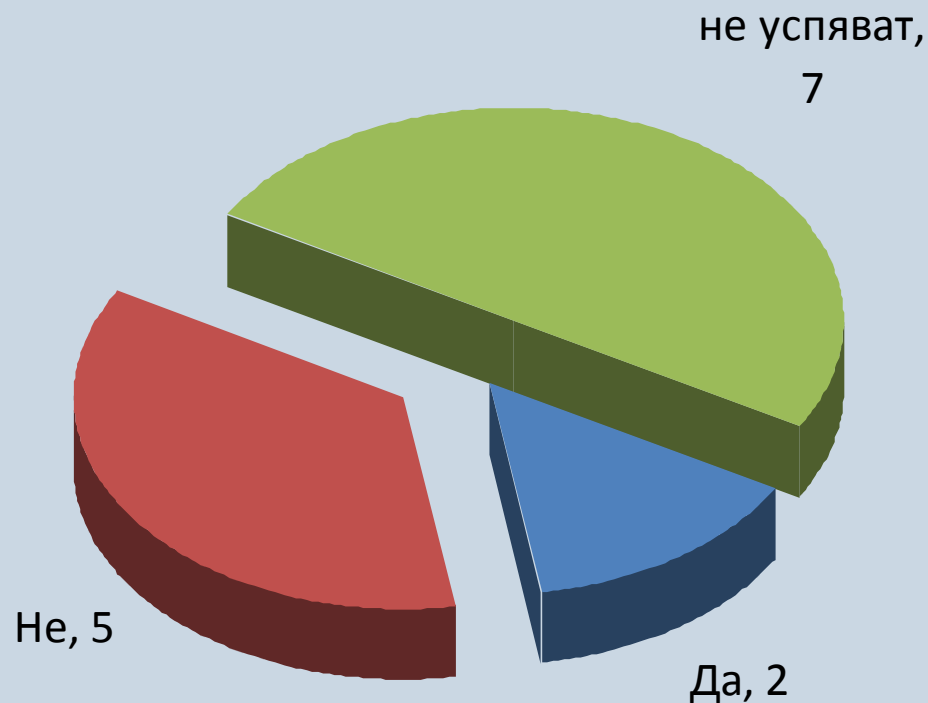
ВЪПРОС: Оказват ли влияние фигурите на властта (правителство, президент, народни представители, кмет и други) върху медиата, в която работите?



Разбивката е на база брой отговори

Много собственици отричат влияние от страна на власт имащите

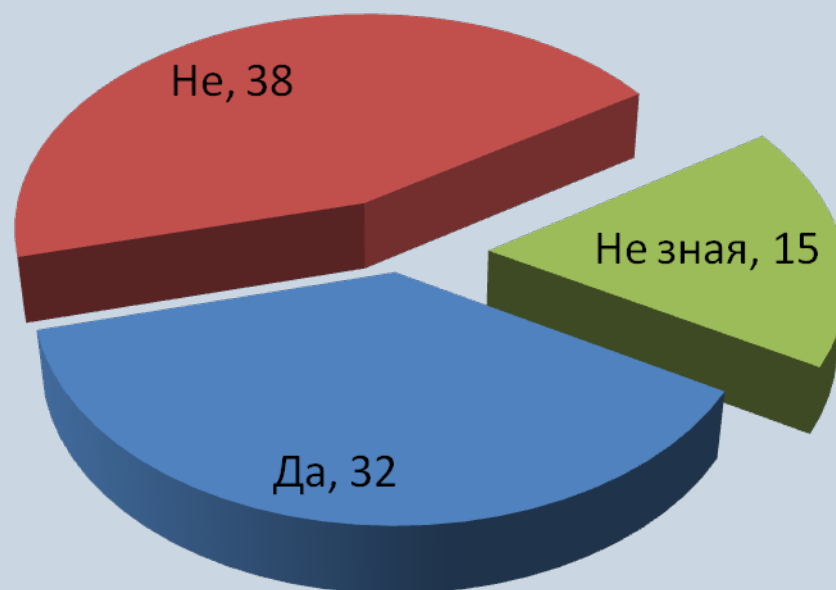
ВЪПРОС: Оказват ли влияние фигурите на властта (правителство,
президент, народни представители, кмет и други) върху Вашата
медия?



Разбивката е на база брой отговори

Всеки трети журналист изпитва натиск от страна на рекламодателите

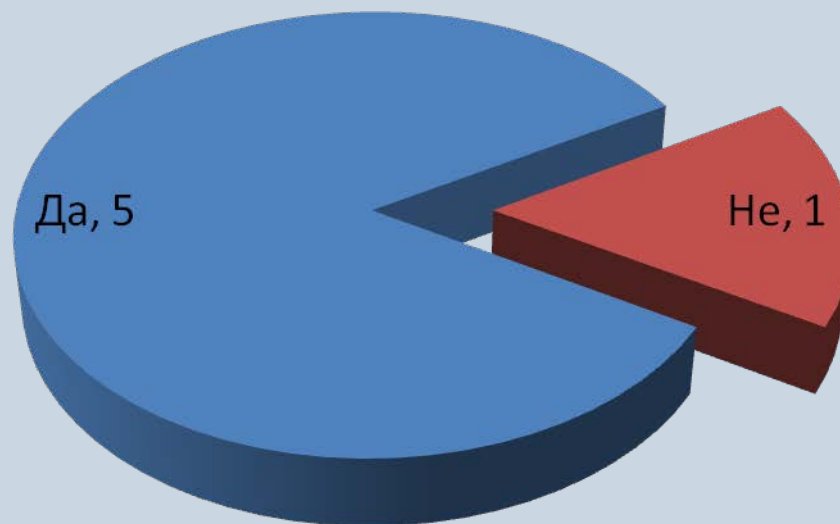
ВЪПРОС: Рекламодателите оказват ли натиск върху медията?



Разбивката е на база брой отговори

Собствениците изказват мнение относно редакционната дейност

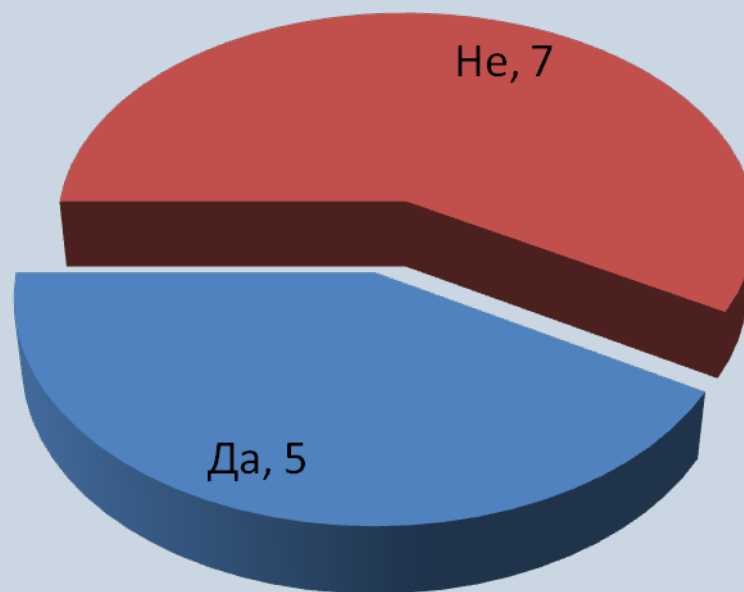
ВЪПРОС: Изказвали ли сте мнения по редакционното съдържание или редакционната работа?



Разбивката е на база брой отговори

Намеса на собствениците върху редакционното съдържание

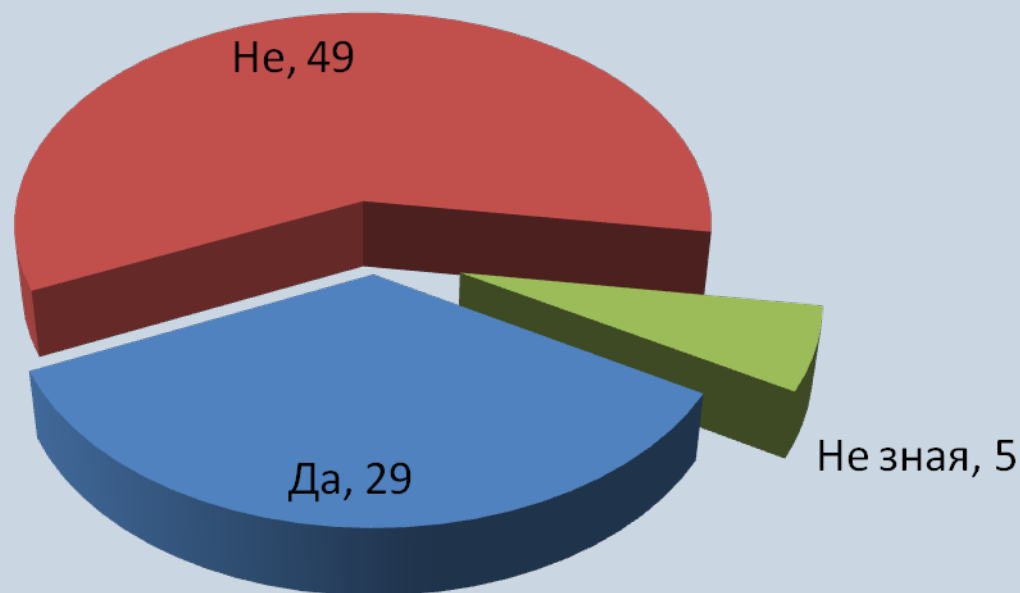
ВЪПРОС: Участвате ли като собственик в редакционни обсъждания на съдържанието (планьорки, летучки и т. н.)?



Разбивката е на база брой отговори

Според всеки трети журналист има директна намеса от страна на собствениците

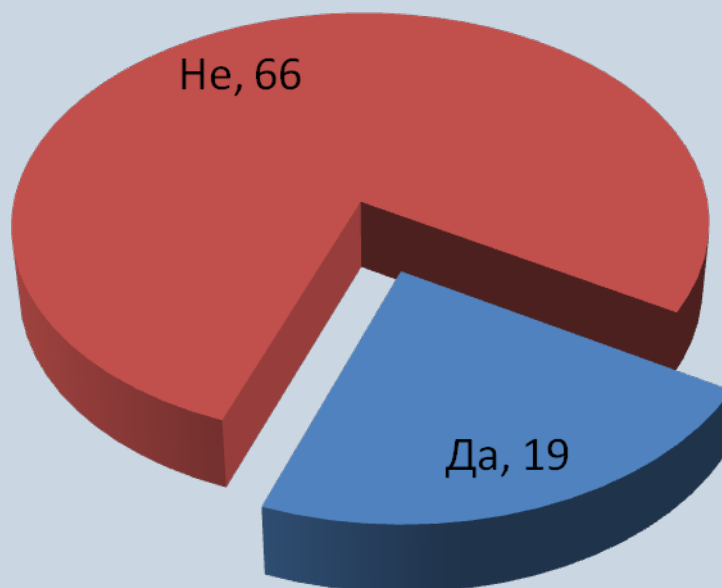
ВЪПРОС: Собственикът на медията меси ли се в редакционната политика?



Разбивката е на база брой отговори

Всеки четвърти журналист изпитва вътрешна цензура

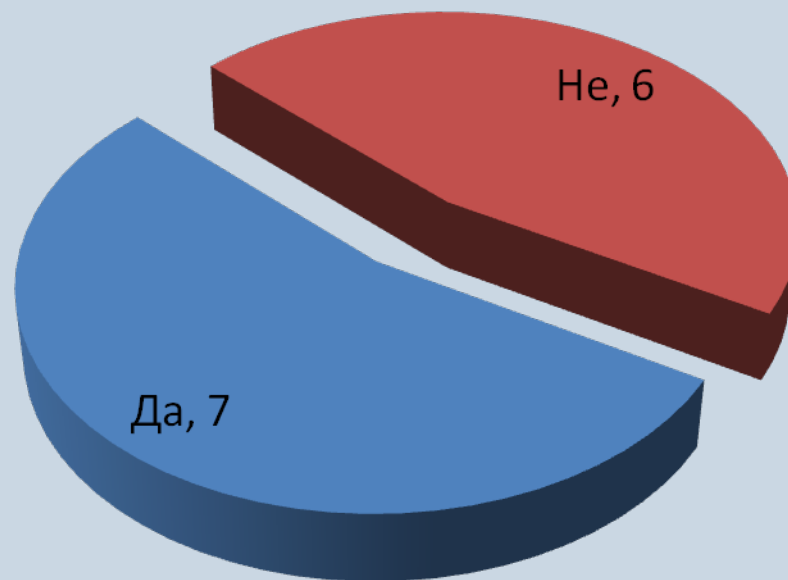
ВЪПРОС: Спирани ли са Ваши материали?



Разбивката е на база брой отговори

Собственици спират материали за печат

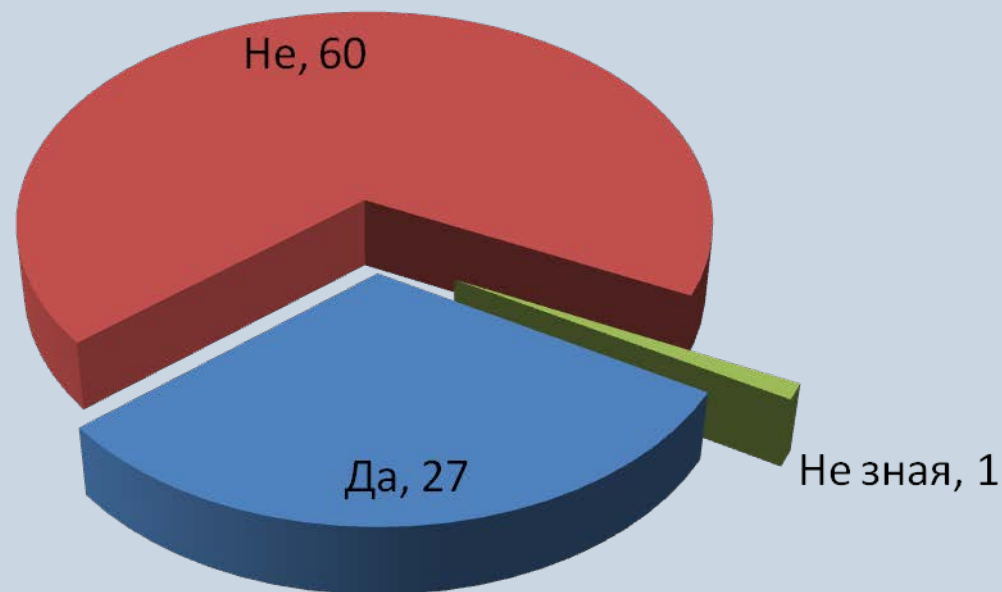
ВЪПРОС: Спирали ли сте материали/публикации?



Разбивката е на база брой отговори

Една трета от журналистите се оплакват от вътрешни табута

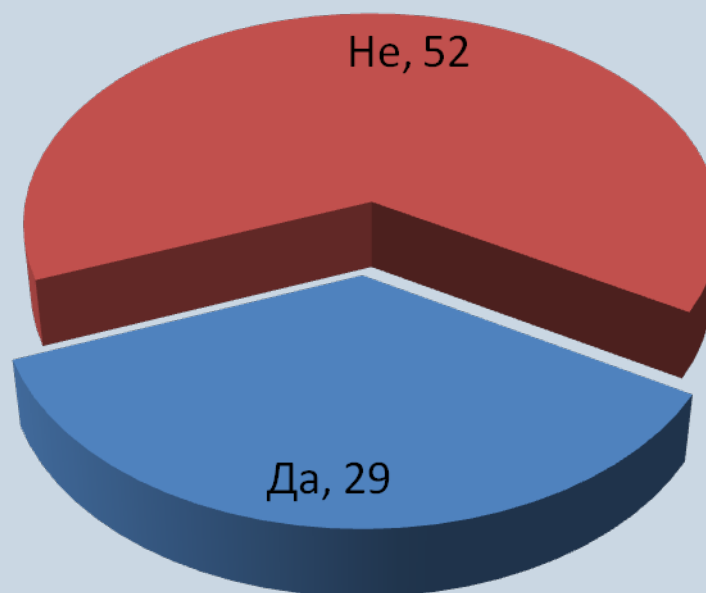
ВЪПРОС: Има ли във Вашата медия теми, лица, фирми или спортни клубове, за които не бива да се пише, или трябва да се пише задължително с определена отсянка (негативна, позитивна)?



Разбивката е на база брой отговори

Някои журналисти избягват определени изказвания

ВЪПРОС: Има ли неща, които искате да кажете публично, но не можете да го направите чрез Вашата медия?

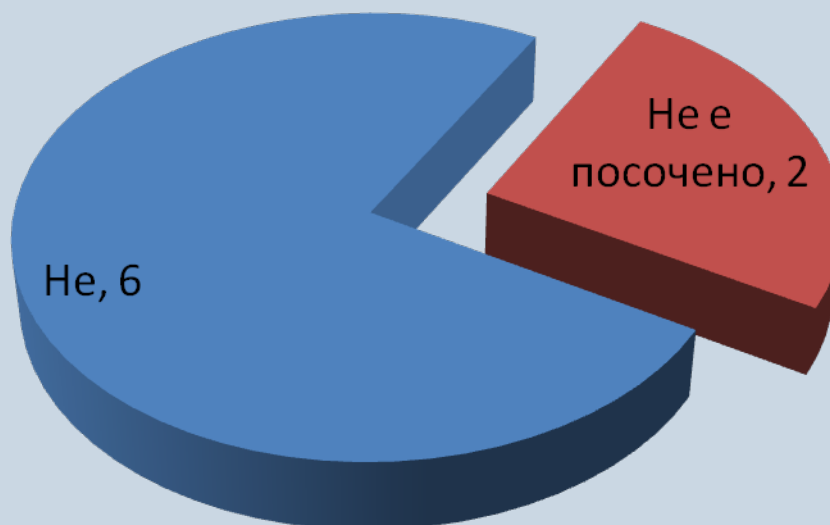


Разбивката е на база брой отговори

Собствениците:

Колективните трудови договори са необичайна практика

ВЪПРОС: Имате ли практиката да сключвате колективен трудов договор?



Разбивката е на база брой отговори

ПРЕПОРЪКИ

- 1. Осигуряване на равен достъп до информация и разпространение**
- 2. Изравняване на условията за кандидатстване за европейски средства за всички медии**
- 3. Прозрачност – кои медии са получили суми от бюджета и ЕС**
- 4. Изясняване на произхода на средствата за създаване и покупка на печатни издания**
- 5. Публична система на годишен одит на тиражи, абонати и т. н.**

ПРЕПОРЪКИ

- 6. Ограничаване образуването на медийни монополи**
- 7. Включване на професионално-етични стандарти в договорите на журналистите**
- 8. Означаване на платеното съдържание в печатните медии**
- 9. Премахване на наградите за отразяване на дейността на министерства, държавни и общински институции от ресорни репортери**

КОНТАКТ

Фондация “Конрад Аденауер”
Медийна програма за Югоизточна
Европа

бул. “Янко Сакъзов”, ет. 1, ап. 2
1504 София

телефон: +359 2 94249-71

телефакс: +359 2 94249-79

e-mail: media.europe@kas.de

www.kas.de/medien-europa

