



Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.  
Medienprogramm Südosteuropa  
November 2014

[www.kas.de/medien-europa](http://www.kas.de/medien-europa)

## Pressespiegel

Pressekonferenz:  
Vorstellung der Studie  
„Einfluss auf die Medien:  
Eigentümer, Politiker und Werbekunden“

5. November 2014, Sofia, Bulgarien

Zeitraum: 5.11.2014 – 7.11.2014



Media Program



Pressekonferenz „Einfluss auf die Medien:  
Eigentümer, Politiker und Werbekunden“

<b>Radio</b> .....	3
Bulgarische Medien stehen unter dem Druck von Politikern und Werbekunden, zeigt eine Studie.....	3
Medien in Bulgarien: Unter Druck.....	5
<b>Fernsehen</b> .....	7
Jeder zweite Journalist in Bulgarien ein Opfer politischen und wirtschaftlichen Drucks .....	7
<b>Nachrichtenagenturen</b> .....	9
AFP: Politischer Druck und Selbstzensur sind König in bulgarischen Medien .....	9
Konrad-Adenauer-Stiftung: Mächtige nehmen Einfluss auf die Medien.....	10
Mehr als die Hälfte der Journalisten in Bulgarien ist bei der Arbeit unter Druck.....	11
AFP: Bulgarische Medien sind unter Druck und werden schikaniert, sagt Studie .....	13
AFP: Българските медии са подложени на натиск и автоцензуриране, сочи проучване .....	13
<b>Online</b> .....	14
Politischer Druck und Selbstzensur in bulgarischen Medien wachsen .....	14
Journalisten von Verlagen und Werbetreibenden bedrängt.....	15
Журналистите притискани от властта, издателите - от рекламодателите.....	15
Растат политическият натиск и автоцензурата, изтъква доклад.....	15
Bulgarische Medien unter Druck von Politikern und Werbetreibenden .....	16
Българските медии са под натиска на политици и рекламодатели .....	16
Studie: Medien unter Druck von Politiker und Werbetreibenden .....	17
AFP: Politischer Druck und Selbstzensur sind König in bulgarischen Medien .....	19
Krum Blagov: 5 Millionen Leva ist die höchste Bestechungssumme, die von einer Partei einem Medium angeboten wurde.....	20
Mehr als die Hälfte der Journalisten spürt politischen Druck auf die Medien .....	23
Studie: Medien unter Druck von Politikern und Werbetreibenden.....	25
Mehr als die Hälfte der Journalisten spürt politischen Druck auf die Medien .....	26
52 Prozent der Journalisten klagen über politischen Druck.....	28
Studie: Medien unter Druck von Politikern und Werbetreibenden.....	30
Bulgarische Medien unterliegen Druck und Selbstzensur .....	32
52 Prozent der Journalisten klagen über politischen Druck.....	33



## Pressekonferenz zur Studie „Einfluss auf die Medien“ - Pressespiegel

### Radio

BNR  
05.11.2014

#### **Bulgarische Medien stehen unter dem Druck von Politikern und Werbekunden, zeigt eine Studie**

**Българските медии са под натиска на политици и рекламодатели,  
констатира изследване**



Повече от половината български журналисти смятат, че властимащите упражняват влияние върху медии. Политическият натиск и автоцензурата растат, констатира изследване на Фондациите "Репортер" и "Конрад Аденауер".

Изследването е проведено от януари до септември тази година. Анонимно са анкетирани 100 журналисти, 40 медии и 20 собственици. БНТ, БНР и БТА не са включени, защото по регламент са обществени.

35% от журналистите казват, че собственикът се бърка в работата им, а 20 на сто, че се налагат санкции, ако указанията му не се изпълняват.

Всеки трети журналист се оплаква от натиск от рекламодатели, всеки четвърти казва, че негови текстове са били спрени от публикация. Собствениците на медии се чувстват поставени под натиск от рекламодатели, констатира изследването. Негови автори са Крум Благов от фондация "Репортер" и Орлин Спасов от Софийския университет.

Много български журналисти не определят работата си като независима, казват Благов и Спасов.

Според Благов да имаш медия е средство за упражняване на влияние, а не начин да печелиш пари:



## Pressekonferenz „Einfluss auf die Medien: Eigentümer, Politiker und Werbekunden“

Почти всички са на загуби и то с шестцифрени числа. Проблемът е, че тези загуби на медиите ги правят много податливи на влияние.

46 на сто от журналистите признават, че властта им оказва влияние.

Доц. Орлин Спасов заяви: Всеки четвърти журналист заявява, че негови материали са спирани. Ние наричаме това вътрешна цензура. Доста тревожна практика.

И още от изследването: всеки трети вижда засилващ политически натиск, всеки шести смята, че положението се подобрява. Докато журналистите се оплакват все повече от влияние на политици, собствениците на медии се чувстват под натиск преди всичко от рекламодатели. 30 на сто от репортерите и редакторите споделят, че в техните медии някои теми, хора или фирми се отразяват с определена тенденция.

Link: <http://bnr.bg/post/100481421>



## Medien in Bulgarien: Unter Druck

BNR

07.11.2014



Eine umfangreiche Studie über den starken Einfluss von Medieneigentümern, Politikern und Werbekunden auf die journalistische Arbeit lässt aufhorchen. Jeder Zweite von den befragten 100 Journalisten aus 40 landesweiten und regionalen Medien klagt über politische Einflussnahme, und jeder Dritte – über Druck von Werbekunden. Die repräsentative Umfrage der beiden angesehenen Medienexperten Krum Blagow und Orlin Spassow wurde zwischen Januar und September durchgeführt, mit der Unterstützung der Konrad-Adenauer-Stiftung in Sofia.

„Viele Journalisten haben uns abgesagt, darunter auch bekannte Fernsehmoderatoren und Reporter, weil sie Angst haben“, sagte Krum Blagow bei der Vorstellung der Untersuchung. Jeder dritte Journalist gab an, dass der politische Druck auf Medien zunimmt, wobei es in den Redaktionen längst die Praxis gebe, über bestimmte Themen, Politiker oder Unternehmen tendenziös zu berichten. Die Studie umreißt auch die Hebel des ausgeübten Drucks. „An erster Stelle ist die Verweigerung von Information zu nennen“, sagt Krum Blagow, einer der Autoren der Untersuchung. „Ob Regierung, Parlament, Bürgermeister oder Gemeinderatsmitglieder, alle weigern sich, kritischen Medien zu informieren, einschließlich Interviews zu geben. Und andersrum – favorisierten Medien spielt man oft und gern Insiderinformationen zu. Gern greift man zu kombinierten Druckmitteln und übt politischen Einfluss, gepaart mit administrativem Schikanieren. So teilte uns ein Chefredakteur mit, dass seine Wochenzeitung sich eine Steuerprüfung eingefangen hat, nur weil sie regierungskritisch ist. Sehr oft werden zudem Zeitungen an ihrem Vertrieb gehindert. Und ich kann ein Beispiel nennen – ein Bürgermeister einer bulgarischen Großstadt hat der größten Vertriebsfirma in der Stadt gedroht, die Kioske schließen zu lassen, wenn er weiterhin eine bestimmte Wochenzeitung vertreibt. Dieser Bürgermeister sitzt heute im neuen Parlament in Sofia“, sagt Krum Blagow. Die Studie, die er gemeinsam mit dem Universitätsdozenten Orlin Spassow veröffentlicht hat, beruht sich zum ersten Mal auch auf Aussagen von Medieneigentümern. Sie ihrerseits beklagen einen starken Druck von Werbekunden. Die Studie stellt zudem fest, dass die Medieneigentümer die Einflussnahme, sei sie politisch oder wirtschaftlich, in Regelfall nur weiterleiten.

„Für mich war es sehr nützlich und interessant, da nun zum ersten Mal eine Studie die Sicht von Journalisten und Eigentümern gleichzeitig untersucht“, sagt der Universitätsdozent Orlin Spassow. „Man hat verschiedene Aspekte des Einflusses auf Medien untersucht, wie etwa seitens PR-Agenturen. Wir haben jedoch ein Gesamtbild mit allen Akteuren zeichnen können,



## Pressekonferenz „Einfluss auf die Medien: Eigentümer, Politiker und Werbekunden“

das uns ein Blick auf das gesamte Spannungsfeld ermöglicht. Die Ergebnisse beschreiben sehr genau, was eigentlich in der bulgarischen Medienlandschaft abläuft“, behauptet Orlin Spassow. Die Studie erscheint im Licht des jüngsten Berichts der „Reporter ohne Grenzen“ über die Pressefreiheit, wo Bulgarien wieder katastrophal abgeschnitten hat – das Land belegt Platz 100 und ist somit erneut EU-Schlusslicht. Der Leiter der EU-Vertretung in Sofia, Ognjan Zlatew, der lange Jahre am Thema Medienregulierung und Pressefreiheit gearbeitet hat, betonte, Bulgarien darf keine Unterstützung und keinen Druck von außen erwarten, um seine Medien freier und objektiver zu gestalten. Und fügte hinzu:

„Bulgarien rutscht in allen einschlägigen Ranglisten ab“, sagt Ognjan Zlatew. „Diverse angesehene Organisationen weisen uns aus, dass die bulgarischen Medien von Jahr zu Jahr undemokratischer, abhängiger, unprofessioneller und unfreier werden. Statt ihrer wichtigsten Aufgabe nachzugehen, nämlich zu informieren, lassen sich die Medien von fremden Interessen leiten und auf gezielte Propaganda ein“, behauptet Zlatew.

Für den Leiter des Medienprogramms der Konrad-Adenauer-Stiftung für SOE, Christian Spahr, geraten die bulgarischen Medien unter dem Einfluss einer inoffiziellen Zensur. Die Gründe dafür seien einerseits die wirtschaftlichen Schwierigkeiten der Branche, andererseits aber das Fehlen eines Konsens über die Aufgaben der Medien in der Demokratie. Weiter sagte Spahr: "Es ist manchmal so, dass man etwas einfach aus der eigenen Berufserfahrung oder aus dem Bauchgefühl heraus weiß. Aber für die politische Debatte ist es wichtig, Zahlen und Fakten zu haben. Diese Studie hatte diese Aufgabe und wir haben in der Tat festgestellt, dass es starke Einflüsse, starken Druck auf Journalisten von der Politik, von Wirtschaftsunternehmen, aber auch innerhalb der Medienhäuser selbst gibt. Es ist die Frage, wie man damit umgeht und wir wollen die Debatte fördern: wie geht die Branche damit um, gibt man diesem Druck nach oder wehrt man sich gegen diesen Druck, und wenn ja, wie kann man sich gegen diesen Druck wehren."

Link: <http://bnr.bg/de/post/100482740/medien-in-bulgarien-unter-druck>



## Fernsehen

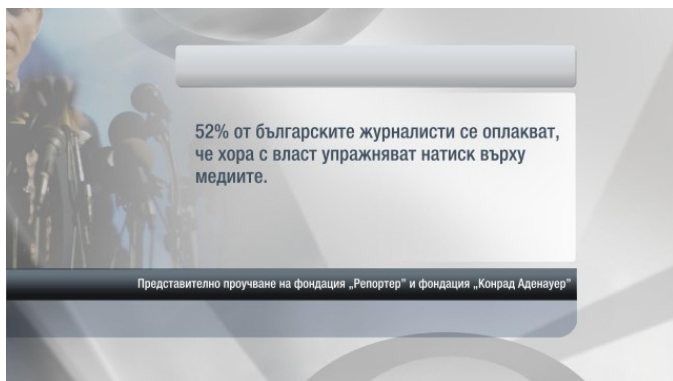
bTV  
05.11.2014

**Jeder zweite Journalist in Bulgarien ein Opfer politischen und wirtschaftlichen Drucks**

**Всеки втори журналист в България - жертва на политически и икономически натиск**



Всеки втори журналист в България е жертва на политически и икономически натиск. Опитите на политици да контролират медиите в страната са се увеличили. Това показва представително проучване на фондациите "Репортер" и "Конрад Аденауер" сред 100 журналисти и 15 влиятелни собственици на медии

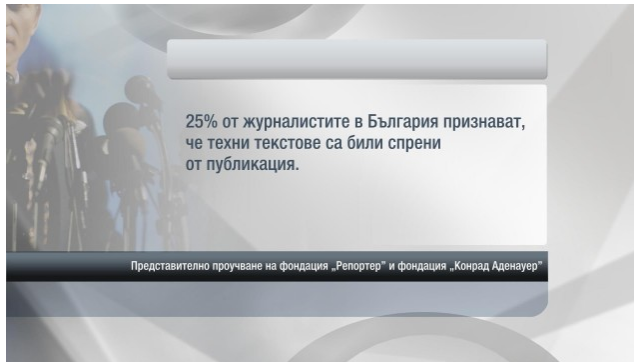


Повече от половината български журналисти се оплакват, че хора с власт упражняват



## Pressekonferenz „Einfluss auf die Medien: Eigentümer, Politiker und Werbekunden“

натиск върху медиите, в които работят. Всеки четвърти пък признава, че негови текстове са били цензурирани и спрени от публикация.



Изследването доказва, че голяма част от медиите у нас са притежавани само фиктивно от официалните си собственици и че са използвани единствено като инструмент за търговия с влияние от собственик в сянка.



Link: <http://b tvnews.bg/article/bulgaria/obshtestvo/vseki-vtori-zhurnalist-v-balgarija-zhertva-na-politicheski-i-ikonomichestki-natisk.html>





## Nachrichtenagenturen

www.bgnes.com

05.11.2014

### **AFP: Politischer Druck und Selbstzensur sind König in bulgarischen Medien**

#### **АФП: Политически натиск и автоцензура царят в БГ медии**

25 години след края на комунизма българските медии са подложени на политически натиск и се автоцензурират до такава степен, че някои теми са табу, показва ново изследване, съобщава АФП. Проучването сред 100 журналисти от широк спектър медии показва, че 46% от българските журналисти се оплакват, че хората с власт оказват влияние върху работата им. "Независимата журналистика е по-скоро изключение", заяви Марко Арндт, ръководител на българския клон на фондация "Конрад Аденауер", която е провела изследването. "Медиите си налагат силна неофициална автоцензура", казва Кристиан Спар, ръководител на медийната програма на фондацията за Югоизточна Европа. Трудните икономически условия в областта на медиите са от част и виновни, "но също така и липсата на консенсус относно задачите на медиите в една демокрация". По-голямата част от медиите работят на загуба, което ги прави лесни за манипулация, показва проучването. "Редица собственици признават, че медиите им служат като инструменти за влияние", казва авторът Крум Благов. Журналисти, редактори и собственици са еднакво покварени от корупцията. Един собственик разказва, че е получил 5 милиона лева, за да промени корицата си в полза на дадена политическа партия, добавя Благов. Една трета от анкетиранияте отговарят, че заради натиска журналистите биват инструктирани да отразяват определени събития или теми и изрично да споменават имената на дадени политици. "Загубата на доверие в медиите тласна хората към социалните медии в търсене на информация", казва Благов. Друга широко разпространена практика се крие в рекламата на продукти в статии, които не са ясно обозначени като реклами. Един на всеки трима журналисти се оплаква, че върху него се оказва влияние от клиенти рекламодатели, показва изследването. Сенчестите практики се подхранват от неясната структура на собствеността в повечето медии. През последните години България постепенно спада надолу в ежегодния индекс за свободата на медиите на "Журналисти без граници". Преди да се присъедини към ЕС страната ни бе на 35-то място, а тази година спада до място номер 100 много след други страни членки на ЕС. /АФП

Link: <http://news.bgnes.com/view/1196901>



www.bgnes.com  
5.11.2014

## **Konrad-Adenauer-Stiftung: Mächtige nehmen Einfluss auf die Medien**

### **"Конрад Аденауер": Властта упражнява влияние върху медиите**

Над половината български журналисти смятат, че властимащите упражняват влияние върху медиите. Това показва изследване на германската фондация "Конрад Аденауер" и "Репортер", предаде репортер на БГНЕС.

Изследването е проведено анонимно и в него са участвали 100 български журналисти, 40 медии и 20 собственици.

35% от журналистите споделят, че собственикът се бърка в работата им, а 20%, че се налагат санкции, ако указанията му не се изпълняват. Изследването констатира, че се оказва и натиск по линия на рекламодателите както върху собствениците, така и върху журналистите. Една трета от тях се оплакват от това. Друг проблем са спрените текстове. Всеки четвърти журналист се е сблъсквал с подобен проблем. Още по-тревожно звучат данните, че почти половината от журналистите заявяват, че властта има оказва влияние. "Всеки четвърти журналист заявява, че негови материали са спирани. Ние наричаме това вътрешна цензура. Доста тревожна практика", заяви един от авторите на проучването доцент Орлин Спасов от СУ "Свети Климент Охридски".

Той подчертава, че много български журналисти не чувстват, че могат да работят независимо. За това говори и фактът, че една трета от репортерите и редакторите съобщават, че има теми, личности и фирми, които се отразяват с определена тенденция. /БГНЕС

На снимката е доцент Орлин Спасов.

Link: <http://news.bgnes.com/view/1196897>



www.dnevnik.bg  
05.11.2015

## Mehr als die Hälfte der Journalisten in Bulgarien ist bei der Arbeit unter Druck

### Повече от половината журналисти в България са под натиск в работата си



Повече от половината български журналисти (52%) са на мнение, че медията, в която работят, е управлявана според интересите на политически и икономически кръгове. Всеки трети журналист усеща натиск от страна на собственика не само за цялостния тон и отношение на медията, но и във всекидневната си работа, а неизпълнението на изискванията води до санкции при 20% от тях. На всеки четвърти пък се е случвало да не може да пусне разследването си, защото редакторите са го спрели.

Това показва анкета сред 100 журналисти от 40 национални, регионални, печатни и електронни медии в страната, проведена в периода януари - септември 2014 г. Изследването на медийния пазар у нас е съвместен проект на немската фондация "Конрад Аденауер" и българската фондация "Репортер" и зад него стоят медийни експерти като Крум Благов и Орлин Спасов.

Освен от анкетата сред журналисти, статистиката идва и от интервюта със собствениците, главните редактори или управителите на конкретните 40 медии - общо около 20 души. Сред тях е и създателят на "Капитал" и "Дневник" Теодор Захов, както и Павел Станчев (Би Ти Ви), Силва Зурлева (Нова ТВ), Валери Симеонов (СКАТ), Радосвет Радев ("Дарик"), Тошо Тошев ("Преса"), Тодор Батков ("Стандарт"), Сашо Дончев ("Сега"), Кристина Патрашкова ("Галерия") и др. Малка част от медийните собственици са отказали да отговорят на въпросите, макар че служителите им са се включили в анкетата - например Ирена Кръстева ("Телеграф", "Монитор"), Венелина Гочева ("24 часа" и "Труд"), Мартин Радославов ("Всеки ден", "Уикенд"), Волен Сидеров (Алфа ТВ) и Александер Фогел (ТВ 7).

В интервюта си, ръководителите на медии у нас признават, че самите те често са под натиска на политически фигури. Почти всички обаче твърдят, че няма такива или отбиват успешно тези атаки. Заедно с това половината признават и, че рекламодателите оказват



## Pressekonferenz „Einfluss auf die Medien: Eigentümer, Politiker und Werbekunden“

влияние върху съдържанието в медията. По-голямата част от собствениците или редакторите са спирали материал на свой служител от публикуване или излъчване, но някои от тях защитават това с обективни причини - например недостатъчна или неточна информация в конкретната статия.

Една трета от журналистите се оплакват от вътрешни табути и открито признават, че има теми, лица, фирми и спортни клубове, за които не бива да пишат, или пък трябва да пишат с определена отсянка. Същото потвърждават и техните ръководители, като сред хората и лицата, които поляризират медиите най-често са споменавани имената на Делян Пеевски, Николай Бареков, ДПС, ВМРО и др. "С други думи, в голяма част от българските медии има тенденциозност, предпоставеност на отношението, липса на баланс и обективност", обобща Орлин Спасов.

Журналистите масово нямат свободата не само да съобщят цялата истина, а са ограничени и в темите, които могат да засягат. Някои от тях заобикалят редакционните табути като водят лични блогове, но има медии, в които това е забранено и се санкционира, показва още изследването. Сериозен проблем остава и корупцията на всички нива в медиите - от двуцифрени суми при репортерите, до хиляди за редакторите и по няколко десетки хиляди за цялата редакция. Най-голямата сума, за която анкетираните са признали е 5 милиона лева - цена за определяне на цялостната ориентация на медията.

Натискът се налага от много страни и по различни начини. Освен прекия върху служителите и собствениците на медиите, някои издания, които са близки до властта, са фаворизирани и първи получават информация, докато на останалите се поставят препятствия, като не се отговаря на въпросите им или се прекарват през официалната процедура за достъп до информация със срок за отговор от 14 дни.

Заедно с това, "враждебните" медии често пъти се спират от пазара. Крум Благоев разказа за кмет, който забранявал разпространението на определен вестник в града, а сега човекът е избран за депутат в новото Народно събрание. Чували са се и заплахи, че ако се публикува конкретна информация, тиражът ще се загуби по пътя. Има практики и да се цензурират коментарите в сайтовете, като например в редакцията на едно голямо издание в деня на назначението на Делян Пеевски за шеф на ДАНС имало разпореждане да се трият всички негативни мнения.

Най-лесният начин да се видят симптомите на проблема е като в един ден се разгледат заглавията на петте големи национални вестника. Липсващите новини не са случайност, уверяват авторите на проучването. Преди 10 години, когато се подписва за пръв път етичният кодекс на българските журналисти, надеждата е, че той ще сложи точката на прехода, но сега се връщаме към проблеми, с които се борехме и в началото на 90-те, коментираха още експертите.

Част от анализа са и девет препоръки по модели от Запад, които биха могли да вкарат журналистиката в България в по-достойни рамки. Сред тях са например със закон да се гарантира равен достъп до информация и разпространение за всички медии; изравняване на условията за кандидатстване на електронните и печатните медии за средства от държавни проекти (тъй като в момента за печатните няма регулация), както и пълна публична отчетност на министерствата за разходването на тези средства; правила за задължително обозначаване на платеното съдържание в печатните медии; и премахване на наградите за журналисти, връчвани от държавните институции.

Link:

[http://www.dnevnik.bg/biznes/2014/11/05/2413293\\_poveche\\_ot\\_polovinata\\_jurnalisti\\_v\\_bulgaria\\_sa\\_pod/?ref=rss](http://www.dnevnik.bg/biznes/2014/11/05/2413293_poveche_ot_polovinata_jurnalisti_v_bulgaria_sa_pod/?ref=rss)



Pressekonferenz „Einfluss auf die Medien:  
Eigentümer, Politiker und Werbekunden“

Focus  
05.11.2014

**AFP: Bulgarische Medien sind unter Druck und werden schikaniert,  
sagt Studie**

**AFP: Българските медии са подложени на натиск и автоцензуриране,  
сочи проучване**



София. 25 години след края на комунизма, българските медии са субект на политически натиск и прилагат автоцензура, а някои заглавия са табу, сочи проучване на фондацията „Конрад Аденауер“ , предаде AFP.

Проучване върху 100 журналисти от широк кръг медии показва, че 46% от българските журналисти твърдят, че хора с власт са повлияли на тяхната продукция.

„Независимата журналистика е повече от изключение“, заяви Марко Арндт, ръководител на българското представителство на фондацията „Конрад Аденауер

Link: <http://www.focus-news.bg/news/2014/11/05/1985945/afp-balgarskite-medii-sa-podlozheni-na-natisk-i-avtotsenzurirane-sochi-prouchvane.html>



## Online

bulevard.bg

05.11.2014

### Politischer Druck und Selbstzensur in bulgarischen Medien wachsen

#### Политическият натиск и автоцензурата растат в БГ медиите



Всеки трети български журналист се оплаква от натиск от рекламодатели, всеки четвърти казва, че негови текстове са били спрени от публикация. Повече от половината български журналисти смятат, че властимащите упражняват влияние върху медиите, констатира изследване на Фондациите "Репортер" и "Конрад Аденауер", цитирани от [БНР](#). Негови автори са Крум Благов от фондация "Репортер" и Орлин Спасов от Софийския университет. Те са направили проучване сред сто журналисти. Допълнително са проведени интервюта с 15 влиятелни собственици на медии.

#### **Собствениците на медии се чувстват поставени под натиск от рекламодатели**

Много български журналисти не определят работата си като независима, казват Благов и Спасов. Всеки трети вижда засилващ политически натиск, всеки шести смята, че положението се подобрява. Докато журналистите се оплакват все повече от влияние на политици, собствениците на медии се чувстват под натиск преди всичко от рекламодатели. 30% от репортерите и редакторите споделят, че в техните медии някои теми, хора или фирми се отразяват с определена тенденция.

#### **Машина за манипулации**

Медиите в България през 2013 г. повече от всякога бяха ползвани като машини за манипулация, показва годишният доклад на Българския хелзинкски комитет (БХК). Основните нарушения са в непрозрачната собственост и финансиране в медиите, ограничението на плурализъм, намесата на собствениците в редакционната свобода, както и тежката автоцензура. В класацията на организацията "Репортери без граница" за медийна свобода [България пропадна с 12 пункта и вече заема 100-то място](#) (най-лошата й оценка досега).

Link: <http://bulevard.bg/news/politicheskiyat-natisk-i-avtotsenzurata-rastat-v-bg-mediite-5683.html>



clubz.bg  
05.11.2014

**Journalisten von Verlagen und Werbetreibenden bedrängt**  
**Журналистите притискани от властта, издателите - от рекламодателите**  
Растат политическият натиск и автоцензурата, изтъква доклад



Повече от половината български журналисти смятат, че властимащите упражняват влияние върху медии, предаде БНР. Това се казва в изследване на фондациите "Репортер" и "Конрад Аденауер". Негови автори са Крум Благов от фондация "Репортер" и Орлин Спасов от Софийския университет. Политическият натиск и автоцензурата растат, констатира изследването. То е направено сред 100 журналисти. Допълнително са проведени интервюта с 15 влиятелни собственици на медии. Всеки трети журналист се оплаква от натиск от страна на рекламодатели. Всеки четвърти твърди, че негови текстове са били спрени от публикация. Всеки шести пък смята, че положението се подобрява.

**"Много български журналисти не определят работата си като независима"**, казват Благов и Спасов. 30 на сто от репортерите и редакторите споделят, че в техните медии някои теми, хора или фирми се отразяват с определена тенденция. Докато журналистите се оплакват все повече от влияние на политици, собствениците на медии се чувстват под натиск преди всичко от рекламодатели. В класацията на организацията "Репортери без граница" за медийна свобода България пропадна с 12 пункта и вече заема 100-то място. Това е най-лошата оценка досега за страната ни.

Link: [http://clubz.bg/10230-jurnalistite-  
pritiskani-ot-vlastta-izdatelite-ot-reklamodatelite](http://clubz.bg/10230-jurnalistite-pritiskani-ot-vlastta-izdatelite-ot-reklamodatelite)



Cross (Online Bulgarian Network)  
05.11.2014

## **Bulgarische Medien unter Druck von Politikern und Werbetreibenden**

### **Българските медии са под натиска на политици и рекламодатели**



/КРОСС/Повече от половината български журналисти смятат, че властимащите упражняват влияние върху медии. Политическият натиск и автоцензурата растат, констатира изследване на Фондациите "Репортер" и "Конрад Аденауер".

Всеки трети журналист се оплаква от натиск от рекламодатели, всеки четвърти казва, че негови текстове са били спрени от публикация. Собствениците на медии се чувстват поставени под натиск от рекламодатели, констатира изследването. Негови автори са Крум Благов от фондация "Репортер" и Орлин Спасов от Софийския университет. Те са направили проучване сред сто журналисти. Допълнително са проведени интервюта с 15 влиятелни собственици на медии. Много български журналисти не определят работата си като независима, казват Благов и Спасов. И още от изследването: всеки трети вижда засилващ политически натиск, всеки шести смята, че положението се подобрява. Докато журналистите се оплакват все повече от влияние на политици, собствениците на медии се чувстват под натиск преди всичко от рекламодатели. 30 на сто от репортерите и редакторите споделят, че в техните медии някои теми, хора или фирми се отразяват с определена тенденция.

Link: <http://www.cross.bg/medii-natisk-reklamodateli-1438306.html#axzz3ID5EuQis>





dnes.dir.bg  
05.11.2014

## Studie: Medien unter Druck von Politiker und Werbetreibenden

### Изследване: Медиите под натиск на политици и рекламодатели



Петдесет и два процента от българските журналисти се оплакват, че властимащите оказват натиск върху медиите. Политическият натиск и автоцензурата растат, констатира изследване "Влияние върху медиите: собственици, политици и рекламодатели" на фондациите "Репортер" и "Конрад Аденауер", предадоха БТА и БНР. Негови автори са Крум Благов от "Репортер" и Орлин Спасов от Софийския университет. От януари до септември анонимно са анкетирани 100 журналисти, 40 медии - национални, регионални, печатни и електронни, и 15 влиятелни собственици на медии. БНТ, БНР и БТА не са включени, защото по регламент са обществени. Всеки трети анкетиран журналист вижда засилващ се политически натиск. "Тенденцията е журналистите да се оплакват от нарастващото влияние на политиците, докато собствениците на медии се чувстват под натиск преди всичко от рекламодателите", обяви Спасов. 30% от репортерите и редакторите са споделили, че в техните медии някои теми, хора или фирми се отразяват с определена тенденция. Всеки четвърти журналист потвърждава, че има спрени материали, а всеки трети изпитва натиск от страна на рекламодателите. Над половината от собствениците признават, че са спирали журналистически материали по своя преценка. Всеки трети журналист смята, че собственикът се намесва в редакционната работа. Една трета от репортерите се оплакват от т.нар. вътрешни табута, т.е. има теми, за които не бива да се пише. 20% казват, че се налагат санкции, ако указанията на собственика не се изпълняват. 29 на сто от анкетираните журналисти признават, че искат да направят някои факти публични, но в медиите, за които работят, това не е възможно.



## Pressekonferenz „Einfluss auf die Medien: Eigentümer, Politiker und Werbekunden“

Около 40 на сто от журналистите признават, че са им били предлагани суми за публикуване на реклама под формата на информация.

Главните редактори са получавали оферти от 5-6-цифрени суми за добро отношение към определени лица.

Собственици на медии признават, че са получавали 7-цифрена сума за цялостна ориентация на медията.

Според Благов да имаш медия е средство за упражняване на влияние, а не начин да печелиш пари:

"Почти всички са на загуби и то с шестцифрени числа. Проблемът е, че тези загуби на медиите ги правят много податливи на влияние".

Медиите в България през 2013 г. повече от всякога бяха ползвани като машини за манипулация, показва годишният доклад на Българския хелзинкски комитет (БХК).

Основните нарушения са в непрозрачната собственост и финансиране в медиите, ограничения плурализъм, намесата на собствениците в редакционната свобода, както и тежката автоцензура.

В класацията на организацията "Репортери без граница" за медийна свобода България пропадна с 12 пункта и вече заема 100-то място (най-лошата ѝ оценка досега).

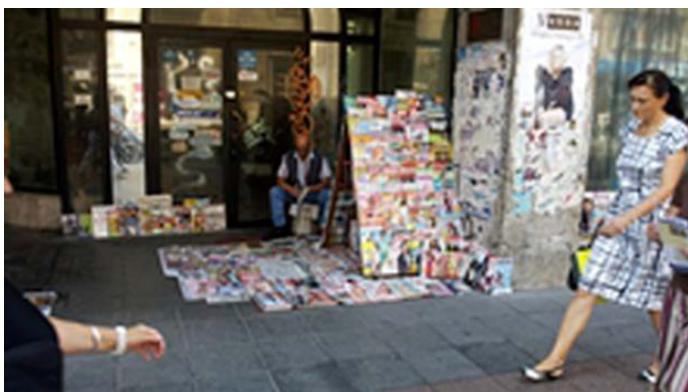
Link: <http://dnes.dir.bg/news.php?id=17733447>



dnesplus.bg  
05.11.2014

## AFP: Politischer Druck und Selbstzensur sind König in bulgarischen Medien

### АФП: Политически натиск и автоцензура царят в БГ медии



25 години след края на комунизма българските медии са подложени на политически натиск и се автоцензурират до такава степен, че някои теми са табу, показва ново изследване, съобщава АФП.

Проучването сред 100 журналисти от широк спектър медии показва, че 46% от българските журналисти се оплакват, че хората с власт оказват влияние върху работата им. "Независимата журналистика е по-скоро изключение", заяви Марко Арндт, ръководител на българския клон на фондация "Конрад Аденауер", която е провела изследването. "Медиите си налагат силна неофициална автоцензура", казва Кристиан Спар, ръководител на медийната програма на фондацията за Югоизточна Европа. Трудните икономически условия в областта на медиите са от част и виновни, "но също така и липсата на консенсус относно задачите на медиите в една демокрация". По-голямата част от медиите работят на загуба, което ги прави лесни за манипулация, показва проучването.

"Редица собственици признават, че медиите им служат като инструменти за влияние", казва авторът Крум Благов. Журналисти, редактори и собственици са еднакво покварени от корупцията. Един собственик разказва, че е получил 5 милиона лева, за да промени корицата си в полза на дадена политическа партия, добавя Благов.

Една трета от анкетираните отговарят, че заради натиска журналистите биват инструктирани да отразяват определени събития или теми и изрично да споменават имената на дадени политици. "Загубата на доверие в медиите тласна хората към социалните медии в търсене на информация", казва Благов.

Друга широко разпространена практика се крие в рекламата на продукти в статии, които не са ясно обозначени като реклами. Един на всеки трима журналисти се оплаква, че върху него се оказва влияние от клиенти рекламотелители, показва изследването. Сенчестите практики се подхранват от неясната структура на собствеността в повечето медии. През последните години България постепенно спада надолу в ежегодния индекс за свободата на медиите на "Журналисти без граници". Преди да се присъедини към ЕС страната ни бе на 35-то място, а тази година спада до място номер 100 много след други страни членки на ЕС. /АФП

Link: <http://www.dnesplus.bg/News.aspx?n=684309>



aktor.bg  
05.11.2015

**Krum Blagov: 5 Millionen Leva ist die höchste Bestechungssumme,  
die von einer Partei einem Medium angeboten wurde**  
**Крум Благов: 5 млн. лв. е най-големият рушвет, предложен от партия на  
медия**



Приказваш срещу „Лафка“ – изчезваш от пазара

**Цяла медийна група впрегната да трие лошите коментари срещу Пеевски в интернет**

**Журналистите се боят да кажат истината и не ги е срам да признаят, че ги е страх, разкрива пред Faktor.bg резултати от проучване, журналистът и председател на фондация „Репортер“**

**Интервю на Косара Белниколова**

**- Г-н Благов, приключихте изследване за влиянието на политици, собственици и рекламодатели върху българските меди, какво се крие зад официалната завеса?**

- Изследването се казва „Влияние върху медиите: собственици, политици и рекламодатели“. Осъществи го фондация „Репортер“ с подкрепата на софийското бюро и Медийната програма за Югоизточна Европа на фондация „Конрад Аденауер“ – България. Първоначално планирахме да изследваме само влиянието на собствениците върху редакционната политика. Спряхме се на 40 медии – телевизии, радиостанции, вестници и интернет сайтове. Избрахме най-влиятелните национални и регионални средства за масова информация, а също и някои по-малки, които са част от големи групировки. От тези редакции анкетирахме 100 журналисти, а после разговаряхме и със собствениците. Освен това проверихме финансовите резултати на тези медии в Търговския регистър. Така натрупахме огромно количество данни и постепенно разширихме изследването върху влиянието върху медиите изобщо. Колкото по-голяма публика има една редакция, толкова по-голям е натискът върху нея от страна на политиците и рекламодателите. Този



## Pressekonferenz „Einfluss auf die Medien: Eigentümer, Politiker und Werbekunden“

натиск през последните години се превръща все по-осезателно във влияние и журналистите изпадат в зависимост от тези, за които говорят или пишат.

### **- Какво показват резултатите, колко голямо е влиянието на собствениците върху журналистите?**

- Собствениците понякога са само проводник на влиянието, което идва отвън. Работата е там, че почти всички медии през последните години са губещи. Пасивите на някои от тях са милиони левове. Печелят все още БТВ и в. „Телеграф“. Затова всички са много податливи на натиск, особено, ако той е придружен с финансови инжекции. Някои собственици си признават направо, че за тях медиите им не са бизнес предприятие, от което да очакват печалба, а начин да търгуват с влияние.

Политиците и на национално, и на местно равнище имат много лостове, с които да притиснат редакциите. Така си осигуряват комфорт. Получава се парадокс – медиите обичат публично да говорят, че са четвърта власт и коректив на управляващите, а всъщност чакат пари от тях.

В момента държавата е най-големият рекламодател. Тя разпределя и средствата по европейски проекти и ги получават само послушните. Другият най-разпространен начин за натиск е отказът да се дава информация или фаворизирането на определени медии или журналисти. Установихме случаи, при които министри публично са заявявали, че няма да дадат интервю за еди-кой си вестник, защото е „опозиционен“. Или пък на „враждебните“ медии се дава информация единствено по Закона за достъп до обществена информация. Там срокът е 14 дни. За журналистите това е ужасно дълго време, след две седмици информацията най-често вече не представлява обществен интерес.

### **- Разкажете за някои по любопитни случаи, на които сте се натъкнали?**

- В една голяма вестникарска групировка след избирането на Делян Пеевски за председател на ДАНС на журналистите е било наредено да трият отрицателните коментари във форумите. А един кмет на голям град се е опитал да спре местен седмичник, като повикал собственика на най-голямата разпространителска верига в града и го заплашил, че ще му отнеме пунктовете за продажба, ако предлага в обектите си този вестник. И този кмет сега е депутат от новия парламент!

### **- Имаше ли голямо разминаване при отговорите от двете групи лица?**

- Не. Собствениците и журналистите признават, че политиците, рекламодателите, а при печатните издания - и разпространителите ги притискат, за да не съобщават някои неприятни факти или данни. На редакционни съвещания в големите вестници е било казвано направо, че не може да се каже лоша дума за веригата „Лафка“ например. Иначе просто може да изчезнеш от пазара.

### **- Може ли да се твърди, че в България има свобода на словото?**

- На словото да. Можеш да отидеш пред президентството и да извикаш „Долу Плевнелиев!“ или пред Министерския съвет с плакат срещу премиера. През последната година виждахме това всекидневно.

Но с медиите положението е друго. Понякога дори големи събития съвсем умишлено не са забелязвани от тях. Анкетирани журналисти ни съобщиха случаи, когато редакциите им са премълчавали неща, които са коментирани широко по социалните мрежи. Резултатът е, че медиите губят доверието на публиката, за да имат благоразположението на управляващите. Много хора, особено по-младите, вече не се информират по традиционните канали, защото знаят, че те са контролирани. А каква е ползата от телевизии, радиа и вестници, на които никой не вярва?

### **- Имаше ли хора, които отказаха да се включат в изследването, поради страх за работата си или с други аргументи?**

- Да. Около 20 процента от първоначално предвидените журналисти в списъка за анкетиране отказаха, въпреки че сме взели всички мерки да запазим анонимността им. Сред тях имаше и големи имена. Една известна телевизионна водеща например се



## Pressekonferenz „Einfluss auf die Medien: Eigentümer, Politiker und Werbekunden“

съгласи да говори само ако няма аудиозапис. Журналистите се боят да кажат истината и не ги е срам да признаят, че ги е страх.

### - Кои са „тъмните страни“ на родните медии?

- Първо, нездравословното медийно обслужване на властта. Второ, неясната собственост. У нас се поддържат два регистъра – в Министерството за културата за собствениците на печатни медии и в СЕМ за електронните. Въпреки това открихме няколко вестника, чиито официални собственици са едни, а фактическите са други. Има много данни за това. Например варненският всекидневник „Народно дело“ според журналистите, работещи там, и според общественото мнение в града е на известен политик и бивш депутат. Неговата съпруга е управител на дружеството издател. Обаче номинално го притежава фирма без всякаква дейност, без приходи. А вестникът има значителна годишна загуба и не е ясно кой я покрива, нито защо. Подобно е положението с част от местната преса и в другите големи градове – Пловдив, Бургас, Благоевград...

Друга тъмна страна е корупцията. Има сигурни данни, че съществуват корупционни практики в медиите, и то на три равнища. На журналистите различни фирми или PR агенции често обещаваат малки суми, обикновено двуцифрени, или дребни облаги като сервис билети, бутикови дрехи или мобилни телефони, за да представят като информацията рекламни акции. На главните редактори се плащат пет- и шестцифрени числа за „добро отношение“ към определени лица или институции. А на собственици са предлагани и седемцифрени суми за „цялостна ориентация на медията“ в подкрепа на една политическа сила. Рекордът е 5 милиона лева. Случаят е документиран и беше потвърден пред нас.

### - Какво успя и какво не успя да покаже проектът?

- Мисля, че открихме и показваме механизмите, по които се влияе на медиите и те се употребяват – понякога с тяхно съгласие. Защото съществува и медиен рекет – „дайте ни реклами, или ще пишем (или говорим) против вас“.

Не можем да докажем със сигурност кой стои зад привидните собственици и какви интереси има. Това е възможно, ако се направи съдържателен анализ на редакционното съдържание и на рекламните – кои са „добрите“ и „лошите“ за медията. Това си е цяло разследване. Нямахме време за него, но се надяваме да намерим финансиране, за да продължим в тази посока.

### - Съществуват ли тези зависимости в други страни от ЕС?

- В Гърция и в Румъния е горе-долу като при нас. Интересен закон има в Словения – там собственикът е длъжен да се консултира с журналистите, ако иска да смени главния редактор. Не е длъжен да се съобрази с тяхното мнение, но трябва да го поиска. В Германия всички федерални провинции имат закони за печата, в които много от нормите в нашите етични кодекси са фиксирани. Например е забранена скритата реклама, която у нас в печата е широко разпространена. Във Франция пък са забранени наградите за журналисти от фирми и ведомства. Те се смятат за скрита форма на корупция. А у нас медиите даже се хвалят с такива призове...

### - Какви конкретни мерки бихте предложили за подобряване на медийната среда на база на получените резултати?

- Даваме 9 препоръки. Някои от тях са много прости и биха били много ефикасни. Например в Закона за защита на конкуренцията могат да се добавят две изречения, в които да се казва, че всички държавни и общински служби и фирми са длъжни да дават едновременно и еднаква информация на всички медии. А разпространителите трябва да се задължат да продават всички печатни издания. Защото сега на някои просто се пречи да стигнат до читателя.

Link: <http://www.faktor.bg/mnenia/intervyu/31686-krum-blagov-5-mln-lv-e-nayvisokata-koruptzionna-suma-predlozhena-ot-partiya-na-mediya.html>



Mediapool.bg  
05.11.2014

## Mehr als die Hälfte der Journalisten spürt politischen Druck auf die Medien

### Над половината журналисти признават за политически натиск върху медиите



Общо 52% от журналистите в България смятат, че върху тяхната медия се оказва политически натиск, а едва 40% отричат това, показва проучване, посветено на влиянието върху медиите. Проектът е осъществен от медийните експерти Орлин Спасов и Крум Благов с подкрепата на германската фондация "Конрад Аденауер". Общо 100 журналисти и 15 собственици на медии са попълнили анонимна анкета, която изважда поредни стряскащи данни за българския медиен пазар.

Всеки трети български журналист е подложен на натиск от рекламодателите, а всеки четвърти признава, че са му спирани материали. Близко половината от анкетираните собственици на медии признават за наличието на натиск от рекламодателите, но само двама от тях си признават за политическия натиск. Това ясно показва, че редовите репортери и редактори са склонни да бъдат по-откровени за натиска на партиите върху медиите, отколкото собствениците на медиите.

Общият извод от изследването е, че политиците и рекламодателите се намесват редовно в работата на българските журналисти. "Много от българските журналисти не се смятат за независими. Репортерската работа не е достатъчно добре защитена от външно влияние", е заключението на Орлин Спасов и Крум Благов.

Общо половината от журналистите усещат политическия натиск върху своята медия, а над 30% от тях признават, че лично върху тях е упражняван натиск от политици.

Кристиян Шпар от "Конрад Аденауер" отчита и голямото разпространение на автоцензурата в българските медии. Около 30% от журналистите признават, че единственият начин някой материал да бъде публикуван е той да следва тенденциите, заложените предварително от собственика на медията.

"Една от причините (за състоянието на българските медии – бел. ред.) е трудната икономическа ситуация, но другата е липсата на консенсус за ролята на медиите в демократичното общество", допълни Шпар.

Авторите на изследването правят девет препоръки за подобряване на медийния пазар. Те включват създаването на нова рамка за регулация на медиите, която би трябвало да



## Pressekonferenz „Einfluss auf die Medien: Eigentümer, Politiker und Werbekunden“

подобри ситуацията. Според тях трябва да се помисли за гарантиране на равноправен достъп на медиите до информацията. Държавното финансиране трябва да бъде направено много по-прозрачно, но същото важи и за проясняване на собствеността на медиите. "Това важи особено за печатните медии", смятат Крум Благов и Орлин Спасов.

Двамата експерти препоръчват да се задължат медиите да отбелязват изрично, когато публикуват рекламни публикации. Последното предложение е да се започне дебат, който да доведе до качествена регулация и ограничаване на концентрацията на медийна собственост.

В рамките на дискусиата бяха отчетени и други проблеми. "Нормалните медии започнаха да се поддават на комерсиалния натиск и да напускат терена на качествената журналистика", каза Орлин Спасов.

Според Крум Благов създаването на независими медии не може да се случи само по един начин. В този контекст той обясни, че финансирането на медии от неправителствените организации не е "панацея".

Ръководителят на Представителството на Европейската комисия в София Огнян Златев допълни, че България няма как да разчита и на международен натиск, за да създаде собствен качествен медиен пазар.

"Ние сме твърде малки, за да попаднем в центъра на вниманието по отношение на проблемите на нашия медиен пазар. България попада в центъра на вниманието, когато има големи кризи", обобща Златев.

Дискусиата се проведе под знака на поредното пропадане на България в класацията за свободата на словото на международната организация "Репортери без граници". Страната ни се намира вече на стотната позиция, което я заковава на последното място сред всички 28 членки на ЕС.

Председателят на Съвета за електронни медии Георги Лозанов коментира, че пропадането в тази класация може да се окаже добро за страната, защото помага за осъзнаване мащаба на проблема. "От нас се очаква нещо радикално. Докато това нещо не бъде направено, ние ще продължим да пропадаме в тези класации", обясни Лозанов. Според него е нужно регулацията на медиите да покрие целия пазар. В момента вестниците и онлайн медиите са оставени извън всякаква регулация.

Link: <http://www.mediapool.bg/nad-polovinata-zhurnalisti-priznavat-za-politicheski-natisk-varhu-mediite-news226825.html>





Sbj-bg.eu (Bulgarischer Journalistenverband)  
05.11.2014

## Studie: Medien unter Druck von Politikern und Werbetreibenden

### Изследване: Медиите под натиск на политици и рекламодатели



*Политическият натиск и автоцензурата растат, констатира изследване на Фондациите "Репортер" и "Конрад Аденауер", предаде БНР. Негови автори са Крум Благов от фондация "Репортер" и Орлин Спасов от Софийския университет.*

Те са направили проучване сред сто журналисти. Допълнително са проведени интервюта с 15 влиятелни собственици на медии. Всеки трети журналист се оплаква от натиск от рекламодатели, всеки четвърти казва, че негови текстове са били спрени от публикация. Всеки шести пък смята, че положението се подобрява.

"Много български журналисти не определят работата си като независима", казват Благов и Спасов. 30 на сто от репортерите и редакторите споделят, че в техните медии някои теми, хора или фирми се отразяват с определена тенденция. Докато журналистите се оплакват все повече от влияние на политици, собствениците на медии се чувстват под натиск преди всичко от рекламодатели. Медиите в България през 2013 г. повече от всякога бяха ползвани като машини за манипулация, показва годишният доклад на Българския хелзинкски комитет (БХК). Основните нарушения са в непрозрачната собственост и финансиране в медиите, ограничения плурализъм, намесата на собствениците в редакционната свобода, както и тежката автоцензура. В класацията на организацията "Репортери без граница" за медийна свобода България пропадна с 12 пункта и вече заема 100-то място (най-лошата ѝ оценка досега).

Link: <http://www.sbj-bg.eu/index.php?t=24922>



gramophon.com  
05.11.2014

## Mehr als die Hälfte der Journalisten spürt politischen Druck auf die Medien

### Над половината журналисти признават за политически натиск върху медиите



Общо 52% от журналистите в България смятат, че върху тяхната медия се оказва политически натиск, а едва 40% отричат това, показва проучване, посветено на влиянието върху медиите. Проектът е осъществен от медийните експерти Орлин Спасов и Крум Благоев с подкрепата на германската фондация "Конрад Аденауер". Общо 100 журналисти и 15 собственици на медии са попълнили анонимна анкета, която изважда поредни стряскащи данни за българския медиен пазар. Всеки трети български журналист е подложен на натиск от рекламодателите, а всеки четвърти признава, че са му спирани материали. Близко половината от анкетирани собственици на медии признават за наличието на натиск от рекламодателите, но само двама от тях си признават за политическия натиск. Това ясно показва, че редовите репортери и редактори са склонни да бъдат по-откровени за натиска на партиите върху медиите, отколкото собствениците на медиите. Общият извод от изследването е, че политиците и рекламодателите се намесват редовно в работата на българските журналисти. "Много от българските журналисти не се смятат за независими. Репортерската работа не е достатъчно добре защитена от външно влияние", е заключението на Орлин Спасов и Крум Благоев. Общо половината от журналистите усещат политическия натиск върху своята медия, а над 30% от тях признават, че лично върху тях е упражняван натиск от политици. Кристиан Шпар от "Конрад Аденауер" отчита и голямото разпространение на автоцензурата в българските медии. Около 30% от журналистите признават, че единственият начин някой материал да бъде публикуван е той да следва тенденциите, заложили предварително от собственика на медията. "Една от причините (за състоянието на българските медии – бел. ред.) е трудната икономическа ситуация, но другата е липсата на консенсус за ролята на медиите в демократичното общество", допълни Шпар. Авторите на изследването правят девет препоръки за подобряване на медийния пазар. Те включват създаването на нова рамка за регулация на медиите, която би трябвало да подобри ситуацията. Според тях трябва да се помисли за гарантиране на равнопоставен достъп на медиите до информацията. Държавното финансиране трябва да бъде направено много по-прозрачно, но същото важи и за проясняване на собствеността на медиите. "Това важи особено за



## Pressekonferenz „Einfluss auf die Medien: Eigentümer, Politiker und Werbekunden“

печатните медии", смятат Крум Благов и Орлин Спасов. Двамата експерти препоръчват да се задължат медиите да отбелязват изрично, когато публикуват рекламни публикации. Последното предложение е да се започне дебат, който да доведе до качествена регулация и ограничаване на концентрацията на медийна собственост. В рамките на дискусиата бяха отчетени и други проблеми. "Нормалните медии започнаха да се поддават на комерсиалния натиск и да напускат терена на качествената журналистика", каза Орлин Спасов. Според Крум Благов създаването на независими медии не може да се случи само по един начин. В този контекст той обясни, че финансирането на медии от неправителствените организации не е "панацея". Ръководителят на Представителството на Европейската комисия в София Огнян Златев допълни, че България няма как да разчита и на международен натиск, за да създаде собствен качествен медиен пазар. "Ние сме твърде малки, за да попаднем в центъра на вниманието по отношение на проблемите на нашия медиен пазар. България попада в центъра на вниманието, когато има големи кризи", обобща Златев. Дискусиата се проведе под знака на поредното пропадане на България в класацията за свободата на словото на международната организация "Репортери без граници". Страната ни се намира вече на стотната позиция, което я заковава на последното място сред всички 28 членки на ЕС. Председателят на Съвета за електронни медии Георги Лозанов коментира, че пропадането в тази класация може да се окаже добро за страната, защото помага за осъзнаване мащаба на проблема. "От нас се очаква нещо радикално. Докато това нещо не бъде направено, ние ще продължим да пропадаме в тези класации", обясни Лозанов. Според него е нужно регулацията на медиите да покрие целия пазар. В момента вестниците и онлайн медиите са оставени извън всякаква регулац

Link:

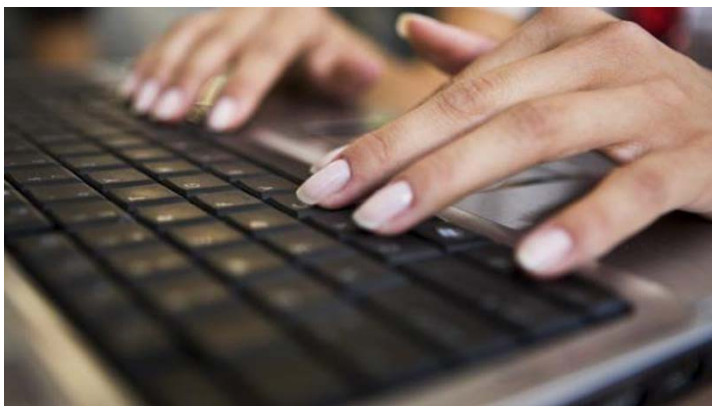
<http://gramophon.com/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B8/2014/11/05/%D0%BD%D0%B0%D0%B4-%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D1%82-%D0%B7%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D0%BA-%D0%B2%D1%8A%D1%80%D1%85%D1%83-%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B8%D1%82%D0%B5.html>



Novini.bg  
05.11.2014

## 52 Prozent der Journalisten klagen über politischen Druck

### 52% от журналистите се оплакват от политически натиск



Петдесет и два процента от българските журналисти се оплакват, че притежаващите властови позиции оказват натиск върху медиите. Това сочат данните от изследването "Влияние върху медиите: собственици, политици и рекламодатели" на фондациите "Конрад Аденауер" и "Репортер".

Проучването е проведено в периода януари - септември тази година и обхваща анкети със 100 журналисти от 40 медии - национални, регионални, печатни и електронни, както и няколко информационни сайта, съобщиха пред журналисти авторите на изследването Крум Благов от фондация "Репортер" и Доц.Орлин Спасов от Софийския университет "Св.Климент Охридски".

Допълнително са били направени интервюта с 15 влиятелни собственици на медии, съобщава БТА.

Всеки трети анкетиран журналист вижда засилващ се политически натиск. Тенденцията е журналистите да се оплакват от нарастващото влияние на политиците, докато собствениците на медии се чувстват под натиск преди всичко от страна на рекламодателите, обяви Спасов.

Трийсет на сто от репортерите и редакторите са споделили, че в техните медии някои теми, хора или фирми се отразяват с определена тенденция.

Всеки четвърти журналисти потвърждава, че има спрени материали, а всеки трети изпитва натиск от страна на рекламодателите. Над половината от собствениците признават, че са спирани журналистически материали по своя преценка.

Всеки трети журналист смята, че собственикът се намесва в редакционната работа. Една трета от репортерите се оплакват от т.нар. вътрешни табути, т.е. има теми, за които не бива да се пише.

Двадесет и девет на сто от анкетираните журналисти признават, че искат да направят някои факти публични, но в медиите, за които работят, това не е възможно.

Около 40 на сто от журналистите признават, че са им били предлагали двуцифрени суми за публикуване на реклама под формата на информация. Главните редактори са получавали оферти от 5-6-цифрени суми за добро отношение към определени лица, а собственици на медии признават, че са получавали 7-цифрена сума за цялостна ориентация на медията.



## Pressekonferenz „Einfluss auf die Medien: Eigentümer, Politiker und Werbekunden“

Авторите на студията отправят девет препоръки за по-добри условия в медийния бранш. Сред тях са равноправният достъп на всички медии до информация да бъде добре регулиран; задължително означаване на платеното съдържание в печатните медии; премахването на наградите, връчвани от министерства, държавни и общински институции за отразяване на дейността им от ресорни репортери; въвеждане на изискване за изясняване на произхода на собствеността на печатните медии.

Председателят на СЕМ доц. Георги Лозанов предложи да бъде създадена журналистическа камара и всички видни журналисти в България да членуват в нея. Според него днес журналистите принадлежат на собствениците на медии, а би трябвало да принадлежат единствено на своята професионална организация, защото медиите са само "сцени", през които те преминават.

Ако види прояви на зависимост в поведението на един или друг журналист, гилдията би трябвало да може да го изключи от своите редове и да играе ролята на "медийна болница", посочи Лозанов.

Link: <http://www.novini.bg/news/247887-52-%D0%BE%D1%82-%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D1%81%D0%B5-%D0%BE%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D1%82-%D0%BE%D1%82-%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D0%BA.html>



smart.dir.bg  
05.11.2014

## Studie: Medien unter Druck von Politikern und Werbetreibenden

### Изследване: Медиите под натиск на политици и рекламодатели



Петдесет и два процента от българските журналисти се оплакват, че властимащите оказват натиск върху медиите.

Политическият натиск и автоцензурата растат, констатира изследване "Влияние върху медиите: собственици, политици и рекламодатели" на фондациите "Репортер" и "Конрад Аденауер", предадоха БТА и БНР.

Негови автори са Крум Благов от "Репортер" и Орлин Спасов от Софийския университет. От януари до септември анонимно са анкетирани 100 журналисти, 40 медии - национални, регионални, печатни и електронни, и 15 влиятелни собственици на медии. БНТ, БНР и БТА не са включени, защото по регламент са обществени.

Всеки трети анкетиран журналист вижда засилващ се политически натиск.

"Тенденцията е журналистите да се оплакват от нарастващото влияние на политиците, докато собствениците на медии се чувстват под натиск преди всичко от рекламодателите", обяви Спасов.

30% от репортерите и редакторите са споделили, че в техните медии някои теми, хора или фирми се отразяват с определена тенденция.

Всеки четвърти журналист потвърждава, че има спрени материали, а всеки трети изпитва натиск от страна на рекламодателите.

Над половината от собствениците признават, че са спирали журналистически материали по своя преценка.

Всеки трети журналист смята, че собственикът се намесва в редакционната работа.

Една трета от репортерите се оплакват от т.нар. вътрешни табута, т.е. има теми, за които не бива да се пише.

20% казват, че се налагат санкции, ако указанията на собственика не се изпълняват.

29 на сто от анкетираните журналисти признават, че искат да направят някои факти публични, но в медиите, за които работят, това не е възможно.

Около 40 на сто от журналистите признават, че са им били предлагани суми за публикуване на реклама под формата на информация.



## Pressekonferenz „Einfluss auf die Medien: Eigentümer, Politiker und Werbekunden“

Главните редактори са получавали оферти от 5-6-цифрени суми за добро отношение към определени лица.

Собственици на медии признават, че са получавали 7-цифрена сума за цялостна ориентация на медията.

Според Благов да имаш медия е средство за упражняване на влияние, а не начин да печелиш пари:

"Почти всички са на загуби и то с шестцифрени числа. Проблемът е, че тези загуби на медиите ги правят много податливи на влияние".

Медиите в България през 2013 г. повече от всякога бяха ползвани като машини за манипулация, показва годишният доклад на Българския хелзинкски комитет (БХК).

Основните нарушения са в непрозрачната собственост и финансиране в медиите, ограничения плурализъм, намесата на собствениците в редакционната свобода, както и тежката автоцензура.

В класацията на организацията "Репортери без граница" за медийна свобода България пропадна с 12 пункта и вече заема 100-то място (най-лошата ѝ оценка досега).

Link: <http://smart.dir.bg/dnes/news/17733447/>



Globalpost.com  
06.11.2014

## **Bulgarische Medien unterliegen Druck und Selbstzensur**

### **Bulgarian media subject to pressure, self-censorship**

Twenty-five years after the end of communism, Bulgarian media are subjected to political pressure and employ self-censorship to such an extent that some topics are taboo, a study showed Wednesday.

The study of 100 journalists from a range of media found that 46 percent of Bulgarian journalists complained that people in power influenced their output.

"Independent journalism is more of an exception," said Marco Arndt, head of the Bulgarian office of the Konrad Adenauer Stiftung (KAS) foundation that carried out the study.

"Media strongly find themselves doing unofficial censorship," said Christian Spahr, head of KAS's Southeast Europe media program.

Difficult economic conditions in the media sector were partly to blame, "but also a missing consensus on the tasks of the media in a democracy".

Most of the media were operating at a loss, the study found, leaving them open to manipulation.

"A number of owners admitted that their media have served as tools of influence," research author Krum Blagov said.

Journalists, editors and owners were equally touched by corruption, with one owner telling the researchers he received 5.0 million leva (2.6 million euros, \$3.2 million) to swing his coverage in favour of a political party, Blagov added.

A third of those polled said the pressure led to reporters being instructed to cover particular events or topics and specifically mention certain politicians in their reports.

"The media's loss of credibility has pushed the public towards social media for information," Blagov said.

Another rampant practice was the hidden advertisement of products in articles that were not clearly marked as advertising -- one in three journalists lamented pressure from advertising clients, the study found.

Shady practices were fuelled by the obscure ownership structure of most media, the study added.

Bulgaria has steadily slid down the annual Reporters Without Borders media freedom index in recent years.

Ranked 35th in 2006 before joining the European union, this year it was down to 100th, way behind other European Union members.

Link: <http://www.globalpost.com/dispatch/news/afp/141105/bulgarian-media-subject-pressure-self-censorship>

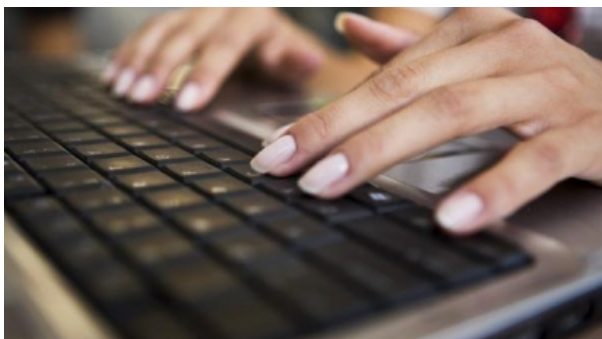




vlsatta.com  
05.11.2014

## 52 Prozent der Journalisten klagen über politischen Druck

### 52% от журналистите се оплакват от политически натиск



Петдесет и два процента от българските журналисти се оплакват, че притежаващите властови позиции оказват натиск върху медиите.

Това сочат данните от изследването "Влияние върху медиите: собственици, политици и рекламодатели" на фондациите "Конрад Аденауер" и "Репортер".

Проучването е проведено в периода януари - септември тази година и обхваща анкети със 100 журналисти от 40 медии - национални, регионални, печатни и електронни, както и няколко информационни сайта, съобщиха пред журналисти авторите на изследването Крум Благов от фондация "Репортер" и Доц.Орлин Спасов от Софийския университет "Св.Климент Охридски".

Допълнително са били направени интервюта с 15 влиятелни собственици на медии, съобщава БТА.

Всеки трети анкетиран журналист вижда засилващ се политически натиск. Тенденцията е журналистите да се оплакват от нарастващото влияние на политиците, докато собствениците на медии се чувстват под натиск преди всичко от страна на рекламодателите, обяви Спасов.

Трийсет на сто от репортерите и редакторите са споделили, че в техните медии някои теми, хора или фирми се отразяват с определена тенденция.

Всеки четвърти журналисти потвърждава, че има спрени материали, а всеки трети изпитва натиск от страна на рекламодателите. Над половината от собствениците признават, че са спирани журналистически материали по своя преценка.

Всеки трети журналист смята, че собственикът се намесва в редакционната работа. Една трета от репортерите се оплакват от т.нар. вътрешни табути, т.е. има теми, за които не бива да се пише.

Двадесет и девет на сто от анкетираните журналисти признават, че искат да направят някои факти публични, но в медиите, за които работят, това не е възможно.

Около 40 на сто от журналистите признават, че са им били предлагали двуцифрени суми за публикуване на реклама под формата на информация. Главните редактори са получавали оферти от 5-6-цифрени суми за добро отношение към определени лица, а собственици на медии признават, че са получавали 7-цифрена сума за цялостна ориентация на медията.

Авторите на студията отправят девет препоръки за по-добри условия в медийния бранш. Сред тях са равноправният достъп на всички медии до информация да бъде добре



## Pressekonferenz „Einfluss auf die Medien: Eigentümer, Politiker und Werbekunden“

регулиран; задължително означаване на платеното съдържание в печатните медии; премахването на наградите, връчвани от министерства, държавни и общински институции за отразяване на дейността им от ресорни репортери; въвеждане на изискване за изясняване на произхода на собствеността на печатните медии.

Председателят на СЕМ доц. Георги Лозанов предложи да бъде създадена журналистическа камара и всички видни журналисти в България да членуват в нея. Според него днес журналистите принадлежат на собствениците на медии, а би трябвало да принадлежат единствено на своята професионална организация, защото медиите са само "сцени", през които те преминават.

Ако види прояви на зависимост в поведението на един или друг журналист, гилдията би трябвало да може да го изключи от своите редове и да играе ролята на "медийна болница", посочи Лозанов.

Link: <http://www.vlastta.com/displaynews/78934>