

Медиен плурализъм и политически зависимости

Д-р Алина Добрева
Център за медиен плурализъм и медийна свобода

Media as an instrument for state capture,
София, 11 март 2015

Монитор на медийния плурализъм

- Национално и европейско ниво
- Пилотна фаза
- Независимост; връзка между академичните изследвания и публичните политики (policy)
- Система за ранно предупреждение и мониторинг на риска
- Всеобхватно

Експертен панел

- 2 Academic/NGO researchers in social/political/cultural issues related to the media;
- 1 Academic/NGO researcher in media law and/or economics;
- 1 Representative of media regulators;
- 1 Representative of a journalist organisation;
- 1 Representative of a publishers' organisation;
- 1 Representative of a broadcasters' organisation.

Страни

Belgium: KU Louvain | Peggy Valcke

Bulgaria: Media Democracy Foundation | Orlin Spassov

Denmark: Roskilde University | Ida Willig

Estonia: Tartu University | Halliki Harro-Loit

France: Science Po | Thierry Vedel

Greece: Eliamep | Evangelia Psychogiopoulou

Italy: Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF) | Pier Luigi Parcu

Hungary: Central European University | Kate Coyer

United Kingdom: Reuters Institute for the School of Journalism | Robert G. Picard

Резултати

- Някоя страна не е извън всякакъв риск, но степените и характера на рисковете се различават значително
- Концентрацията на медийна собственост е характерна за страните от ЕС като цяло


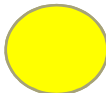


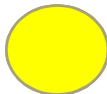



Политически натиск - собственост и финансиране

- По-голям проблем за **малките и бедни пазари** – заплашва икономическото оцеляване на независимите медии
- **Държавно-администрирани рекламни бюджети** и политическо влияние върху останалите рекламодатели



Прекомерна степен на политическа свързаност на собствениците

	Правни гаранции	Социално-политически	
България			Липса на данни
Естония			Алтернативни гаранции
Унгария			Неприлагане на правните норми (нови рекламни данъци)

Собственост, прозрачност и финансиране на медиите в България

Липсата на прозрачност на реалните крайни собственици:

- Без реална оценка на концентрацията
- Без граждански и политически контрол върху реалните собственици

Концентрация отвъд собственост на медии (“cross-stakeholder”)

- Свързаност на медийни собственици с разпространители
- Институции с регулаторни функции, включително влияние върху регулацията на обектите за разпространение
- Държавата най-голям рекламодател (администриращ държавни и европейски рекламни бюджети при липса на достатъчна прозрачност)

Европейски политики

**Повишаване на прозрачността на собственост,
финансиране и рекламни бюджети**

Постоянен мониторинг

**Текущи консултации за промяна на европейската
директива за аудиовизуални медии**

Благодаря за вниманието!

За повече информация:

www.cmpf.eui.eu