

СПОРАЗУМЕНИЕ

Днес, 15 септември 2026 г.,

ЦЕНТРАЛНАТА ИЗБИРАТЕЛНА КОМИСИЯ със седалище гр. София, пл. „Княз Александър I” № 1, представлявана от Георги Хорозов - председател и

СЪВЕТЪТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ със седалище гр. София, бул. „Шипченски проход“ № 69, представляван от д-р Габриела Наплатанова – председател,

Като взеха предвид:

- конституционното право на всеки гражданин да търси, получава и разпространява информация;
- европейските принципи и препоръки за отразяване на информационни кампании в медиите и европейския опит на мониторинг на избори;
- важността от отговорно, обективно, точно и честно медийно поведение, зачитане на добрите нрави и човешкото достойнство на кандидатите;
- необходимостта от създаване на най-благоприятна медийна среда във връзка с изборите за президент и вицепрезидент на Република България, насрочени за 25 октомври 2026 г. и предхождащата ги кампания;

сключват настоящото Споразумение на основание чл. 57, ал. 1, т. 24 от Изборния кодекс във връзка с чл. 32, ал. 1, т. 22 от Закона за радиото и телевизията.

Чл. 1. (1) Споразумението определя принципите и параметрите на специализирания мониторинг, който Съветът за електронни медии осъществява по време на предизборната кампания за провеждане на избори за президент и вицепрезидент на Република България..

(2) Споразумението се основава на нормите на Закона за радиото и телевизията, Правилата за провеждане на предизборната кампания - Глава дванадесет от Изборния кодекс, препоръките на Организацията за сигурност и сътрудничество в Европа (ОССЕ) за наблюдение на поведението на електронните медии в условията на избори, европейския опит, както и на практиките на Съвета за електронни медии, приложени при провеждане на наблюдение върху други предизборни кампании.

Чл. 2. (1) Наблюдението има за цел да установи съответствието на предизборното поведение на доставчиците на медийно съдържание с медийното и с изборното законодателство при провеждането на кампанията. То обхваща и спазването на основни професионални стандарти и принципи, изискванията за обективност, равнопоставеност и баланс в програмите при представянето на политическите претенденти и при отчитане на многообразието на мненията.

(2) В случай на нарушаване на правилата на предизборната кампания Съветът за електронни медии изпраща сигнал в Централната избирателна комисия с обозначение на вида и точните времеви параметри на нарушението (час, минута и секунда на началото и края на излъчване).

(3) Наблюдението отчита количествени и качествени показатели в медийните услуги и спазването на разпоредби на Изборния кодекс във връзка с предизборната агитация и ще направи анализ на данните.

(4) Изборът на линейните медийни услуги, включени в наблюдението, е на база степента на влиянието им върху общественото мнение. Вzeti са предвид териториалното разпространение, специализацията и профилът на програмите.

(5) Наблюдението обхваща 13 (тринадесет) линейни медийни услуги, които се създават и предоставят за разпространение от националните обществени доставчици Българската национална телевизия (БНТ) и Българското национално радио (БНР):

- | | |
|----------------------|--------------------------|
| 1. БНТ1 | 8. РАДИО ВИДИН |
| 2. БНТ2 | 9. РАДИО ПЛОВДИВ |
| 3. ХОРИЗОНТ | 10. РАДИО СОФИЯ |
| 4. ХРИСТО БОТЕВ | 11. РАДИО СТАРА ЗАГОРА |
| 5. РАДИО БЛАГОЕВГРАД | 12. РАДИО ШУМЕН |
| 6. РАДИО БУРГАС | 13. БНР - РАДИО КЪРДЖАЛИ |
| 7. РАДИО ВАРНА | |

(6) Наблюдението обхваща и 13 (тринадесет) линейни медийни услуги на търговски доставчици: 11 (единадесет) телевизионни и 2 (две) радиопрограми.

- | | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1. БТВ | 8. БЪЛГАРИЯ 24 |
| 2. НОВА ТЕЛЕВИЗИЯ | 9. 7/8 TV |
| 3. NOVA NEWS (телевизия) | 10. TV1 |
| 4. BULGARIA ON AIR | 11. КАНАЛ 3 |
| 5. ТЕЛЕВИЗИЯ ЕВРОНЮЗ БЪЛГАРИЯ | 12. ДАРИК РАДИО БЪЛГАРИЯ |
| 6. ЕВРОКОМ | 13. РАДИО ФОКУС |
| 7. СКАТ | |

(7) Наблюдението обхваща и 18 (осемнадесет) нелинейни услуги, предоставяни на адреси: www.bta.bg, www.dnevnik.bg, www.actualno.com, www.segabg.com, www.bgnes.bg, www.safenews.bg, www.zaistinata.com, www.altanalyses.org, www.divident.eu, www.mediamall.info, www.otupor, www.debati.bg, faktor.bg, interfacts.bg, www.z-cast.buzzsprout.com, www.flagman.bg, www.pik.bg, www.gospodari.com.

(8) Наблюдението обхваща и платформата за споделяне на видеоклипове VBox7.

(9) Съветът за електронни медии наблюдава и линейни медийни услуги и услуги по заявка извън описаните в Споразумението в случаите, когато това е необходимо – при жалби, сигнали или при самосезиране.

(10) Част от посочените в ал. 5, ал. 6 и ал. 7 медийни услуги, в които не се наблюдава предизборна активност, се мониторират, съобразно хода на предизборната

кампания и информацията от договорите, обявена на сайтовете на доставчиците, съгласно чл. 180 от Изборния кодекс.

(11) Мониторингът включва и проследяване спазването на разпоредбата на чл. 198, ал. 5 от Изборния кодекс, задължаваща доставчици на медийни услуги да обявят тарифите за отразяване на предизборната кампания на интернет страницата си не по-късно от 40 дни преди изборния ден. Проверката обхваща вписани в публичния регистър на Съвета за електронни медии доставчици на медийни услуги.

(12) Мониторингът включва и наблюдение за спазване на чл. 204 и чл. 205 от Изборния кодекс по отношение изискванията за оповестяване на допитвания до общественото мнение или на социологически проучвания по повод на изборите, извършено чрез медийни услуги.

Чл. 3. (1) Споразумението регламентира часовото наблюдение на всяка програма за всеки ден от предизборния период. Началната дата на мониторинга е 25 септември 2026 г. и продължава до 25 октомври 2026 г., включително. В случай на балотаж наблюдението продължава до 1 ноември 2026 г. включително.

(2) Времевият дневен период на наблюдение е съобразен преди всичко с програмните схеми на медиите, но и с препоръките на ОССЕ (сутрешен прайм тайм за радиопрограмите и вечерен прайм тайм за телевизионните програми). За медийните услуги на Българската национална телевизия и Българското национално радио се следи изпълнението на Споразуменията, сключени на основание чл. 189, ал. 4 от Изборния кодекс.

(3) Зададеното програмно време може да бъде променено по необходимост при констатиране на актуализиране на програмната схема на медията и евентуално включване на агитационни материали и в друго програмно време.

Чл. 4. (1) Параметрите на наблюдението са в съответствие с нормите на Закона за радиото и телевизията и на Изборния кодекс, и с препоръките на ОССЕ.

(2) Параметрите на наблюдението са еднотипни за програмите на обществените и на търговските доставчици на медийни услуги. За Българското национално радио и Българската национална телевизия са предвидени и допълнителни параметри, свързани с отчитане на специфичните им задължения.

(3) Наблюдението отчита дела на платените и безплатните форми на агитация, както и присъствието на кандидатите в редакционното съдържание на медията.

(4) Наблюдението отчита и възможностите, предоставени от медиите, за възприемане на предизборните агитационни послания и достъп до съответната програмата от лица със слухови и зрителни увреждания: използването на специализирани субтитри, жестов език, аудиоописание, аудиосубтитри и др.

Чл. 5. В програмите на Българското национално радио и Българската национална телевизия наблюдението проследява изпълнението на разпоредбите на Изборния кодекс относно двата национални обществени доставчика, както и спазването на императивното задължение за отразяване на различните идеи и убеждения в обществото чрез плурализъм на гледните точки във всяко от новинарските и актуално-публицистичните

предавания с политическа и икономическа тематика, съгласно чл. 6, ал. 3, т. 6 от Закона за радиото и телевизията.

Чл. 6. Съветът за електронни медии, след уведомяване на Централната изборителна комисия, представя доклад за резултатите от наблюдението на предизборната кампания до четири седмици след приключване на изборите. Докладът се публикува и на сайта на СЕМ.

**ЗА ЦИК: (п)
ГЕОРГИ ХОРОЗОВ**

**ЗА СЕМ: (п)
Д-Р ГАБРИЕЛА НАПЛАТАНОВА**