

## **Стратегии на обществените медии по отношение насърчаването на по-широко демократично участие на гражданите**

---

### **Стратегии на обществените медии по отношение насърчаването на по-широко демократично участие на гражданите**

#### **Доклад на Групата специалисти по обществените медии в информационното общество (MC-S-PSM)**

##### **Кратко изложение**

Докладът изследва общата практика на обществените електронни медии (ОЕМ) за насърчаване на по-широко демократично участие; работа с нормативни изисквания и вътрешни политики за тази цел; свързаните с това стратегии на ОЕМ; средствата, използвани от ОЕМ за общуване с гражданите, както и аудиторното покритие на нови медийни услуги с обществена значимост. Освен това, този документ представя и конкретни примери за програми или услуги, целящи разширяване демократичното участие на гражданите, като повечето от тях се основават на възможностите, които новите медии предлагат. Примерите са групирани в подраздели, които отразяват различните нива на насърчаване на демократичното участие чрез медиите, което от друга страна може да се разграничи според степента и формата на взаимодействие на ОЕМ с публичното пространство.

ОЕМ съзнават, че изпълняват решаваща роля при насърчаването на демократичното участие на гражданите, което е важна предпоставка за особения им статус в европейската медийна среда. Стратегиите, които ОЕМ следват, все повече отчитат отварянето на възможностите на новите технологии. Това започва от използването на допълнителен спектър, който се освобождава при цифровото излъчване, улесняването на достъпа чрез нелинейни продукти, като включва и увеличаването на интерактивните услуги, предлагани по интернет.

За да оцелеят в съвременната медийна среда ОЕМ трябва все повече да се стремят в посока на разширяване диалога и предоставяне достъп на обществото до разнообразна информация както и възможността да се участва в демократичния дебат. За да продължат

да са адекватни на медийната обстановка, те ще трябва да бъдат изобретателни и да се възползват от новите технологични възможности по бърз и решителен начин. Необходимо е също така да се стремят към отличителност от останалите медии, което може да им наложи готовността да правят промени, когато се установи, че тази отличителност се загубва.

Една от най-значимите задачи, с които OEM може да допринесе за насърчаването на демократично участие на гражданите и да използва по полезен начин новите технологии, остава достоверното и обективно информиране на обществото относно политиката и всичко онова, което е нужно да се знае. От друга страна, OEM биха могли да играят съществена роля в образованието на активни и отговорни граждани, осигурявайки не само качествена информация, но и поле за обществен дебат, отворен към разнообразни идеи и убеждения в обществото, както и платформа за разпространяване на демократични ценности. Една от ролята на OEM трябва да бъде насочена към подхранване интереса на гражданите към обществените въпроси и насърчаването им да бъдат по активни участници.

За постигане на тези цели, OEM трябва да адаптират своите стратегии и вътрешни правила към новия технологичен и социален контекст. Държавите членки, от своя страна, трябва да определят ясен ангажимент за OEM и осигурят подходящи условия, даващи възможност на OEM да използват новите технически и технологични средства за по-добро изпълнение на този ангажимент, така както е предвидено в Препоръката на Съвета на Европа CM/Rec (2007) 3 относно обществения ангажимент на електронните медии в информационното общество.

## **Въведение**

### **Мандат и работа на групата**

Предметът на работа на групата от специалисти по обществените медии в информационното общество обхваща изготвянето на компендиум на най-добрите практики за това как обществените медии допринасят за демократичното участие на гражданите, включително и с помощта на нови интерактивни технологии.

Повреме на работата си през 2007 и 2008, групата предприема разнообразни действия за събиране на информация за добрите практики на обществените медии в областта на демократичното участие. По специално, използвана е работата на външни експерти, които оформят специализирани доклади по този въпрос. Групата имаше на разположение два такива доклада, а именно:

Доклад на Грегъри Феръл Лоу, «Ролята на обществените електронни медии за разширяване индивидуалното участие в европейската демокрация»;

Доклад на Института за европейско медийно право, «Как обществените електронни медии насърчават и улесняват по-широкото демократично участие на гражданите».

Настоящият доклад е основан на информацията, събрана от тези два доклада и споменатите в тях примери за добри практики. Двата доклада дават възможност за по-задълбочен подход към предмета на изследване. Този доклад черпи информация и от други източници, например среща в Съвета на Европа през 2005 г. относно ролята на обществените медии за насърчаване на по-широко демократично участие на гражданите с помощта на нови интерактивни технологии, а също и информация, предоставена от Европейския съюз за радио и телевизия (EBU).

### **Съдържание и структура на доклада**

Докладът е разделен на две основни части. Първата се отнася до общия подход, който OEM предприемат за постигане целите на по-широкото демократично участие на гражданите, що се касае до свързаните с това нормативни изисквания и вътрешни правила, стратегии на OEM и средствата, използвани от тях за общуване с гражданите, както и обхвата на нови обществено медийни услуги. Втората част дава няколко конкретни примери за програми и услуги на OEM, които се стремят да разширят

демократичното участие на гражданите, повечето от които са свързани с възможностите, предлагани от новите медии.

Според структурата, предложена от г-н Лоу, тези примери са организирани в подраздели, които отразяват различните нива за постигане на по-активно демократично участие чрез OEM и които, наред с това, могат да се разграничат според степента и формата на взаимодействие на OEM с обществото и в рамките на самата тяхна публика.

## **Насърчаването на демократично участие като част от обществения дълг на електронните медии**

Този доклад съдържа конкретни примери (модел на най-добри практики) за насърчаване и улесняване на по-широко демократично участие на гражданите, което е засилено от националните обществени медийни оператори чрез своите програми или друго съдържание. В този смисъл се взема предвид степента, до която обществените медийни оператори са изработили стратегия за насърчаване на демократичното участие и степента, до която такива стратегии се базират на изисквания, произтичащи от обществения ангажимент на медиите или вътрешните им правила.

Като общо правило държавите членки отчитат необходимостта обществените радио и телевизионни оператори да отдават обществената си услуга чрез нови медийни платформи при определяне на обществената си мисия, макар да има широки различия сред отделните държави. Няколко са примерите за държави членки, където обществената мисия на медиите се определя на две или няколко нива, със зададен от законодателя общ ангажимент и по-прецизни правила, съгласувани на друго ниво – отново от законодателя или от споразумение между държавата и обществената медийна организация чрез договор или използване на инструменти за взаимен контрол или саморегулация.

Докладът на Института за европейско медийно право обхваща ситуацията в Дания, Финландия, Германия, Латвия, Словения и Обединеното кралство като всяка от тези държави олицетворява добрите практики на обществени медии във връзка с насърчаването на широко демократично участие на гражданите. Докладът показва, че стратегиите на обществените медии в тези страни само до известна степен се основават на специфични изисквания за демократично участие като част от обществената им мисия. Такива конкретни изисквания има за финландските и датски медии YLE и DR, докато обществената мисия на германските, английските, латвийските и словенски медии се определя в по-обща линия. Обхватът на тази мисия също варира измежду различните национални медии (както при Обединеното кралство). Ето защо ангажиментът на каналите 3 и 5, който изисква „предоставяне на определен набор от висококачествени и разнообразни програми“, не означава непременно по-широко демократично участие на гражданите. От друга страна, мисиите на Канал 4 и особено на BBC са по-здраво фокусирани върху демократичното участие. Кодексът на BBC уточнява, че една от обществените мисии на BBC е да „утвърждава гражданството и гражданското общество“ и да отразява нациите във Обединеното кралство, регионите и общностите.

Насърчаването на демократично участие в контекста на засилване на прозрачността на властите и съответно критиката на медиите е вторият важен въпрос, включен в предмета на работа на експертната група от Съвета на Европа. Темата е изключително сложна и е ясно, че изпълнението на тази задача, съотносима с ангажимента на медиите да осведомяват обществото за дейността на властите, до голяма степен зависи от определението за прозрачност.

Основното задължение на OEM да бъдат обективни и неутрални в отразяването на събитията е особено важно по отношение на дейността на публичната власт. Една медия не трябва при никакви обстоятелства да поема ролята на правителството за

популяризиране на дейността му, тъй като това носи опасност за медията да загуби доверието, което има и разстоянието си от управляващата сила, необходимо за безпристрастно подаване на информация. Ако този е смисълът, който се влага в прозрачността, следва, че публичната власт е сама по себе си отговорна за прозрачната си работа и това не е задача на OEM. Също така е очевидно, че медията няма свойството да бъде средство за достъп до правителствени услуги или да предоставя своите канали за събиране на информация по дейността на правителството или да получава достъп до официални документи. Задължението за обективност и неутралност влияе и върху решението дали OEM трябва да се занимават с разследваща журналистика при същите условия както и частните медии. Държавите вероятно ще имат различни позиции по този въпрос.

За целите на този доклад връзката на OEM с насърчаването на демократично участие на гражданите и прозрачността на публичната власт се състои в тяхната задача да информират за и да коментират политически въпроси, ориентирайки обществото в демократичната система. Примери за това могат да са информационни услуги, парламентарни програми и дори инициативи, подготвящи обществото за участие в граждански кампании.

### **Обществените медии и насърчаването на демократично участие**

OEM трябва да си поставят цели и планове за постигането им по отношение на очакването за принос в демократичния процес. Изпълнението на тези функции и свързаните с тях стратегически цели, от една страна, предполага отстояване на традиционни роли, особено обществената роля и гражданската идентичност и, от друга страна, акцентира върху развитието на партньорски отношения между OEM и обслужваните от тях обществени групи.

Ролята на OEM се основава на обществената мисия, която въпреки традиционните положения демонстрира способност за устойчиво развитие като същевременно запазва обществените нрави, от които тя черпи социална легитимност. Електронните медии са крайно необходими за изграждането на ценностите на обществото, тъй като осигуряват разбирателство и диалог между различните култури. Намирайки се в ера на изобилие от медии и на пазарна фрагментация, OEM имат важната роля да гарантират от една страна единство и сплотеност, а от друга – разнообразие и плурализъм.

Съществуват четири основни задължения за OEM, извлечени от нормативни теории относно връзката на медиите с обществото: задължението за предоставяне на информация и контрол; задължението за представителство; задължението за дискуссионен форум; и задължението за гражданско участие. Последното задължение, което представлява интерес за този доклад, е същността на въпроса за засилено участие на отделния гражданин в демократичния процес. За развитието му се изискват много усилия и инвестиции, тъй като то стои в центъра на поддържаната връзка между OEM и обществото. Задължението се отнася до степента, до която хората могат да въздействат върху вземането на решения от техните политически представители; също така може да се тълкува и като степента, до която хората влияят на съдържанието, произвеждано от медиите.

Медиите имат значителни градивни и посреднически функции по отношение на публичната сфера в разнообразните и плуралистични общества. Тази сфера се развива в хода на и от обществения диалог, събития и процеси с обществен интерес. Бъдещето изисква от OEM да се развиват в посока на това да бъдат ефективен партньор на обществото, което обслужват. Това е най-съществения елемент за разширяването на гражданското участие в съвременната демокрация. От гледна точка на OEM, аудиторията трябва да се разглежда като граждани, както и потребители, които са по-скоро активни партньори отколкото пасивни получатели.

Този раздел разглежда четири основни теми – (1) Нормативни изисквания и вътрешни

правила, отнасящи се до стратегиите за демократично участие; (2) Стратегии за насърчаване и подобряване на услугите за разширяване на демократичното участие; (3) Средства, използвани от OEM за обратна връзка с гражданите; и (4) Аудиторен обхват на нови услуги на OEM. Институтът за европейско медийно право и Европейският съюз за радио и телевизия изследват ситуацията в ограничен брой страни – Дания, Финландия, Германия, Латвия, Норвегия, Словения и Обединеното кралство.

## **Нормативни изисквания и вътрешни правила, отнасящи се до стратегиите за демократично участие**

### **Дания**

Стратегията на DR е подкрепена от законодателството (по-специално в Глава 3 от Закона за електронните медии, 2006), а също и от действащия Договор за обществени услуги, който регулира дейността на DR. Последният, сключен между Министерството на културата (от името на датския парламент „*Folketinget*“) и DR, доразвива ролята на DR за демокрацията. В Глава 1 от Договора Министерството на културата заявява, че, наред с другите си задачи, DR трябва чрез своите програми и услуги да засилва способността на гражданите да участват ефективно в демократичното общество:

- DR трябва да осигурява достъп до информация относно обществото;
- DR трябва да насърчава участието в публични дебати и демократичния процес;
- DR трябва да популяризира новите цифрови медии като създават нови програми и информационни услуги, които спомагат за запознаването на зрителите, слушателите и потребителите с технологиите и наред с това ги насърчават да ги използват.

Договорът за обществени услуги много ясно предвижда, че DR следва да използва всички приложими цифрови и интерактивни медии с цел постигане на задълженията си. От DR се изисква да предлага съдържание с обществен характер на услугата (програмно съдържание) на всички съответни технологически платформи – т.е. съдържание чрез текст, звук или образ, което да отговаря на културните, социални и демократични нужди на датското общество. DR трябва да акцентира върху производството на обществени радиотелевизионни услуги, развити специално за тези платформи.

### **Финландия**

От 1 януари 1994 година насам функционирането и цялата дейност на YLE се основават на един закон, *Закона за Yleisradio*. В началото, този нормативен документ дефинира задълженията на компанията както и обществената услуга с оглед на предоставяне на обширни радио и телевизионни програми за всички граждани и при еднакви условия. Като специално задължение компанията трябва да утвърждава демокрацията като осигурява разнообразна информация, мнения и дискусии на обществени теми, както и такива, засягащи малцинства и отделни социални групи.

От 1 януари 2006 година в сила влиза последното изменение на закона, с което се дава определение на задължението за предоставяне на обществена услуга, акцентиращо върху развитието на технологиите. Текстът на закона е адаптиран към епохата на интернет като формулировката радио и телевизионни програми е разширена с „всички приложими допълнителни услуги“ във всички телекомуникационни мрежи. Освен това, докато законът все още задължава YLE да поддържа демокрацията като предоставя информация, сега вече се подчертава, че това трябва да се направи като се гарантира възможността за гражданско участие и взаимодействие, което е сравнително нова и до известна степен трудна задача за един традиционен обществен радио оператор.

Също така в закона залягат още шест аспекта на обществената програма (популяризиране на финландската култура, образователни програми и програми на езика на малцинствата,



многообразие на културите и взаимодействие между тях, предаването на официални съобщения).

YLE изработва стратегиите си и вътрешните си правила, следвайки принципите, определени в закона, с цел да изпълни тези нормативни задължения и да насърчи демократичното участие на гражданите.

## Германия

Освен основното изискване в чл. 5 (относно свободата на изразяване и на информация) в Основния закон (*Grundgesetz*), според който свободата на излъчването на репортажи се гарантира, Конституцията на Германия не съдържа друга разпоредба относно програмата на OEM. Според тълкувателното решение на Федералния конституционен съд (*Bundesverfassungsgericht*) чл. 5 само в общи линии определя обществената мисия.

Германските федерални области (*Bundesländer*) са отговорни за регламентирането на радио и телевизионните предавания като част от техния суверенитет; подписани са няколко споразумения между тях, едно от които е т.нар. *Rundfunkstaatsvertrag*. Това споразумение полага основните принципи за частни и публични медийни оператори (§§1-10) и съдържа особени правила за двата вида институции (§§11-19 за обществените и §§20-47 за частните медийни компании). Страните по споразумението признават, че обществените медии носят отговорност за процеса на свободно създаване на обществено и лично мнение. Също така се определят и основните програмни принципи (например уважаването на човешкото достойнство), без да се предлага отделна стратегия за насърчаване на демокрацията.

§11 от *Rundfunkstaatsvertrag* дава по-подробно определение на социалната мисия на обществените радио и телевизионни оператори: те трябва да действат като „посредник и фактор за формирането на публичното и лично мнение“. Затова медиите са длъжни да осигуряват изчерпателен преглед на всички важни международни, европейски, национални и регионални въпроси с цел да допринасят за разбирателството и интеграцията.

За Германия основата на стратегията, посветена на насърчаването на демокрацията, са §11 от *Rundfunkstaatsvertrag*, в съзвучие с ръководните принципи и декларации за задължения, които самите оператори налагат върху програмите си.

## Латвия

Тъй като латвийските нормативни актове и институциите, контролиращи обществените радио и телевизионни оператори само частично предвиждат интерактивното участие на гражданите, инициативата принадлежи най-вече на вътрешната политика на самата медия. Много са факторите, които влияят върху тези процеси, като се започне с отношението и на интереса на мениджърите и се стигне до техническите и финансови ресурси, налични за имплементиране на идеите.

За дълго време какъвто и да е процес на иновация в обществените медии на Латвия бе изключително труден поради това, че нивото и на финансиране е едно от най-ниските в Европа.

Въпреки това, в латвийските телевизия и радио е имало много проекти, стимулиращи диалога на операторите с хората като ги включват в дискусии по въпроси от обществено значение, а също и като им дават възможност да поднесат мнението си на политическия елит. Интерактивността в двете медии не само засяга социалнополитически въпроси, но също така и позволява на потребителите да организират програмите за забавление чрез пожелания, избирайки филми, музика, театрални представления, каквито харесват.

Както вече бе споменато, инициативата за тези дейности се приписва най-вече на програмните директори и състава от продуценти. Основните принципи и развитие на тези дейности са диктувани от програмните приоритети за годината и залягат във вътрешни нормативни документи като етичен кодекс, структурни регламенти за професионална дейност и описания на длъжности.

Очевидно е, че бързото технологично развитие и промените в навиците на зрителите и слушателите отправят предизвикателства към обществените медийни оператори. Последните трябва да станат по-разнообразни, отворени и интерактивни. Подобни изисквания са указани във вътрешните програми за развитие на медиите.

В политиката си на управление, новият генерален директор на Латвийската телевизия характеризира промяната в статуса от обществен оператор на обществена електронна медия като развитие в концептуална посока. Гледайки на медията като на сложна компания на много нива, която използва съвременни технологии, той я прави по-широко достъпна за всеки обитател на страната, а също и спомага за активен диалог с широка част от обществото и отделни негови групи.

### **Норвегия**

Една от разпоредбите на Правилата за работа на националния обществен оператор (NRK) гласи:

„NRK е инструмент за насърчаване на публичния дебат и трябва да подпомага цялото общество в добиването на достатъчно информация, за да има активна роля в демократичните процеси.“

По-нататък се посочва, че:

„Компанията трябва да има присъствие и да развива нови услуги за всички важни медийни платформи, така че да достига до най-широката аудитория с цялостната си програма“.

### **Словения**

Всички в Словения са наясно, че основната причина за съществуването и развитието на обществената медия в Словения е да се насърчава демократичния диалог, да се подпомага националната изобретателност и да се осигурява поле за предоставянето на мнения, гледни точки и перспективи от страна на всички видове малцинствени групи. Съществува и конституционна основа за споменатите изисквания, съдържаща се в член 5 от Закона за RTV Словения.

Основните принципи, които могат да бъдат изведени, са тези на откровеността, безпристрастността и целостта на информацията; уважаването на човешката индивидуалност и достойнство; придържането към политическия баланс и плурализъм на гледните точки; спазване на конституцията на страната и императивите за толерантност; придържането към принципа на политическата независимост и автономия на журналистите; уважаването на всеобщите човешки ценности; и др.

Независимо от това, политическите и етническите малцинства претендират за специална протекция на закона. Според конституцията в Словения има две автохтонни етнически малцинства – италианското и унгарското малцинство. В последния закон за RTV Словения се допускат специални радио и телевизионни програми за италианци и унгарци, а също и за ромското етническо малцинство. Словенският пример за обществена електронна медия със сигурност е достоен образец за цяла Европа.

### **Обединеното кралство**

Законът за комуникациите (*Communications Act 2003*) уточнява, че медиите трябва да отговарят на определени критерии и залага рамките на обществената мисия за всяка търговска наземна медия, които, както беше споменато по-горе, не са еднакви. Тези изисквания се допълват от лицензни условия. Според този закон, медиите са длъжни да изработват годишно т.нар. изявления за програмната си политика (ИПП) както и годишен анализ на работата през изминалата година въз основа на тези ИПП. BBC също се задължава според устава си да изработи ИПП и годишен анализ, който се разглежда от BBC Trust за съответствие с ИПП. Ofcom (регулаторният орган за комуникационната индустрия във Обединеното кралство) задава ръководните принципи за съставяне на ИПП. Според *Communications Act 2003*, Ofcom е органът, отговорен за това да гарантира, че

обществените електронни медии като цяло отговарят на определени условия, заложи в *Communications Act*, включително има задължението да:

„Осигури достатъчно количество програми, отразяващи живота и грижите на различните общности и културни интереси и традиции във Обединеното кралство

до степен, до която е уместно с цел подпомагане на разбирателството между гражданите и честния и добре осведомен дебат относно новини и текущи въпроси във и в различните части на Обединеното кралство и по света...”.

Следва да се отбележи, че всички медии трябва да се съобразяват с изискването, че новините трябва да се поднасят безпристрастно: в случай на оплакване Съветът на Ofcom за оценка на съдържанието (Ofcom Content Board) ще установи наличието или липсата на безпристрастност, но досега рядко е откривано нарушение на това изискване. Предполага се, че изискването за безпристрастност спомага за примиряването на отделни групи, така защото е възможно да приглуши различните и крайни мнения. Наскоро Ofcom поставя въпроса дали е необходимо изискването за безпристрастност да се облекчи поне във връзка с някои не наземни оператори.

### **Стратегии за насърчаване, улесняване и развитие на услуги за разширяване на демократичното участие**

#### **Дания**

Като водещ обществен медиен оператор в Дания, DR изпълнява функции, които са тясно свързани с датското демократично общество. Както се посочва в *raison d'être* за DR от 1994г., „DR обслужва обществото като дава на индивидуалния гражданин властта да участва активно в демократичното общество”. През 2005 *raison d'être* се преформулира така, че да дава определение за значението на DR за обществото, културата и отделния гражданин:

Мисията на DR е да **информира, забавлява и вдъхновява**.

DR предлага програми и услуги за всички хора. На широката публика DR предлага разнообразна палитра, от която хората да си избират, върху която да размишляват, да се учудват и смеят, която да ги провокира, обсебва напълно и която да възприемат като своя. Целта на DR е да бъде поле за допитване за цялото население, давайки ни възможност да разберем себе си, времената, в които живеем, и хората около нас като по този начин напътства нашите действия.

DR трябва непрестанно да предоставя на хората независима и висококачествена алтернатива на търговските медии.

Основните принципи в мисията на DR са: генериране на обществени, културни и индивидуални ценности; поставяне на стандарти на правдоподобност, независимост, баланс, разнообразие и качество; гарантиране качеството със всеки програмен жанр; изграждането на мостове в бъдещия медиен пейзаж на Дания.

По отношение ценностите в обществото DR: поощрява диалога и разбирателството; стимулира населението да говори открито, да взема участие и да споделя мнения; утвърждава участието на широката публика в дебата около демократичното общество; принадлежи на страната като цяло.

По отношение на културните ценности DR: допринася за споделянето опита на датчаните; създава, поддържа и отразява изкуство; поддържа и проверява датската идентичност, език и история, включително и в международен план.

По отношение на отделния гражданин DR: насърчава хората да носят отговорност, да са активни и да подобряват живота си; прави неразбираемостта разбираема и релевантна; забавлява и генерира ентузиазъм.

По този начин стратегията на DR за насърчаване на по-интензивно демократично участие е тясно свързана с понятието за широка обществена дейност. DR има задължението да предоставя както общи програми, които да сближават датчаните, така и



по-специализирани програми за отделни граждани и хора със специални интереси. DR е единствената медийна корпорация, която е отдадена на излъчването на програми и услуги за всички в Дания независимо от тяхната раса, пол, социално и географско положение и т.н. и DR осъзнава ролята си като фундаментален фактор на възможността да се генерират ценности в датското общество. Например общите програми се изпълняват от P3 и P4, които са най-популярните радиостанции в Дания, а DR1 е главния телевизионен канал на DR, който обединява датската аудитория около широк спектър от програми като например най-гледаното ежедневно предаване за новини, забавната програма в петък вечер и висококачествените драма сериали на DR през съботните вечери.

В същото време DR се грижи за отделния човек и хората със специални интереси посредством няколко отделни канала, програми и услуги по радио, телевизия и интернет. Взаимовръзката между общи и специализирани програми е от ключово значение за усилията на DR да насърчава по-широкото демократично участие на всички нива за тези, които вече участват, а също и за тези, чието участие е затруднено. Това е и ключовия елемент от стратегията на DR за това, че демократичното участие е много широко понятие и че насърчаването участието на потребителите и ангажираността им по широк кръг от въпроси стимулира способността и желанието да се участва в демократичните процеси.

### **Финландия**

Във Финландия има *de facto* монопол на обществените медии, поради което Ylesradio (YLE) в момента е единствения обществен оператор. YLE има определена стратегия за насърчаване, улесняване и развитие на услугите, които насърчават по-широкото демократично участие на гражданите.

### **Германия**

Германските обществени електронни медии (OEM) имат отделна стратегия за насърчаване, подпомагане и развитие на услугите, които засилват демократичното участие на гражданите.

Пример за това са Ръководните правила за програми на ZDF (*Richtlinien für Sendungen*). В част I параграф 3 на тези правила се указва, че програмите трябва да дават възможност на всеки да модулира свободно мнението си. Така например, за да се постигне това, трябва ясно да се разграничават предаването на новини и коментарите. Според част II параграф 2 на правилата, програмите трябва да предоставят пълна информация, а според част III параграф 1, програмите трябва да изразяват принципите, присъщи на една демократична и социална държава, основана на силата на правото и конституционализма. Програмите са длъжни да критикуват недемократичните прояви. В рамките на програмите трябва да се изразяват свободно разнообразни мнения, което е от значение за свободната воля в демокрацията (част III параграф 2). В допълнение на това. Всички прослойки на обществото трябва да имат безплатен достъп до програмите. ZDF се задължава да информира и работи безпристрастно (част III параграф 3). Различните гледни точки трябва да се представят наравно (част III параграф 5). Взети заедно, тези разпоредби формират отделна стратегия за насърчаване и подпомагане на демокрацията.

Подобни правила могат да се открият и в ръководните принципи на ARD и декларацията на Deutschlandradio със собствено утвърдени ангажименти. В контекста на годишния си доклад от 2006 г., например, ARD дава отчет за дейността си през годината и представя програмните проспекти за 2007/ 2008 г. За да гарантира изчерпателен поток от информация по актуални въпроси, ARD предлага повече от шест часа с програми за новини всеки ден. Така се осигурява задълбочен преглед на всички актуални теми и се дава възможност на хората да изградят собствено мнение.

### **Латвия**

Според латвийския Закон за радио и телевизия, основните принципи при изработването на програмите се съдържат в Националната мисия. Основните принципи на Националната мисия, от своя страна, са отразени в закона за радио и телевизия, както и в разрешенията

за излъчване на предавания. Тези нормативни документи се базират на общи демократични ценности, регламентите на Европейския съюз и приоритетите от национален характер. Така се гарантират потока от подробна информация, независимостта на редакторите и многообразието на гледните точки. Всичко това е необходимо за формирането на лично мнение относно процесите в държавата, в Европа и света. Въпреки това, нормативните актове не предлагат необходимата обратна връзка на медиите със слушателите и зрителите. Нормативните актове не разглеждат необходимостта от това обществените оператори да функционират в мултимедийна действителност.

По-подробна програмна политика се съдържа в документа, който определя приоритетите на Националната мисия за съответната година; за всяка следваща година операторите проект за националната мисия, когото съгласуват с Националния съвет за радио и телевизия.

### **Обединеното кралство**

Всички обществени електронни медии имат стратегия, с която изпълняват съответната си обществена мисия, както се посочва в изявлението за програмна политика (ИПП), но обхватът на тази мисия варира за различните оператори. Така например, ангажиментите на каналите 3 и 5, по това, че предполагат да се „предоставя определен брой висококачествени и разнообразни програми“, не са толкова тясно свързани с по-широкото демократично участие на гражданите, както са например тези на BBC и Канал 4. По специално в Устава на BBC е уточнено, че една от обществените задачи на BBC е да „отстоява гражданството и гражданското общество“ и да отразява нациите, регионите и общностите на Обединеното кралство.

### **Средства, използвани от OEM за взаимодействие с гражданите**

#### **Дания**

По принцип DR се стреми да използва всички приложими средства за общуване с хората, които са адресати на услугите на DR (които на практика представляват всички граждани на Дания). Традиционните телефонни включвания се използват свободно в значителен брой радио предавания с цел да се улесни публичният дебат и взаимодействието със слушателите. Пример за това е „Poul Friis“ – много популярна ежедневна едночасова програма на живо по радио канала P1, която засяга актуални интересни теми. Poul Friis е домакинът на програмата и всяко предаване започва със задълбочено интервю на госта, който обикновено е политик, човек с водещо мнение, председател на асоциация или специалист по избраната за деня тема. Poul Friis приканва слушателите да се включат по телефона със собствен принос и коментари, като вземат участие в дискусията заедно с госта в студиото. След между 15 и 20 минути, отделени за интервю, телефонните линии се отварят и всеки гражданин има възможност да сподели своите идеи и коментари по темата.

Общуването чрез текстови съобщения и електронна поща значително се увеличи през последните години и, във връзка с това, електронната страница на DR (<http://www.dr.dk/>) е пространство за многобройни инициативи за стимулиране на дебата и обратната връзка. Dr.dk/debat е голяма производна електронна страница, предназначена за дебат на всички нива и по всички теми, свързани с радио и телевизионните програми или просто като част от интернет услугата. Всекидневният „P1 Debate“, например, комбинира радио предаване с дебата, който тече в dr.dk. Особено за по-младото поколение dr.dk е поле за множество групи и клубове, където потребители си общуват и участват, а DR непрестанно изследва нови начини, при които потребителите взаимодействат помежду си и със DR.

През 1972 г. DR открива специален отдел за публичен достъп под заглавието „Tare Workshop“ и отправя покана към гражданите да съставят своя собствена радио програма по тема, свързана с техния личен живот, идеи и ангажменти и да излъчат тези програми по националната мрежа. Професионални продуценти от DR тогава помагат на гражданите

в използването на всички силни инструменти на радио комуникацията. Капацитетът на „Tape Workshop“ е обхващал производството на 120 програми годишно от по 30 минути. По-късно е създаден подобен отдел за публичен достъп и за телевизионни програми. Професионалните продуценти са определяни на ротационен принцип за участие в проекта за периоди от по една година и така над 40 продуцента имат възможност да се докоснат до нов начин на правене на програми, ангажиращ обикновените хора. Този опит те използват и в бъдещата си професионална дейност. Впоследствие става съвсем обичайно в програмите на DR да се включват елементи, изготвени от непрофесионалисти, а проектът „Tape Workshop“ продължава цели 17 години – до 1989 година. В резултат на това, хората са получили възможността да участват в програмите на DR без да е необходимо да се създава специален отдел за публичен достъп.

## **Финландия**

YLE е преди всичко медийна компания, предоставяща радио и телевизионни програми за цялата страна. Според годишния доклад за 2006 година тя обхваща 92 % от финландците чрез телевизия и 67% от тях чрез радио всяка седмица. Въпреки това, в повечето случаи целта на предаванията е не толкова взаимодействие, отколкото разпространение. Вероятно това е една от причините, поради които YLE предоставя все по-голям брой интерактивни услуги, свързани с ефирните предавания, по интернет. Също така се създават нови интерактивни услуги и платформи за участие по интернет, които са сравнително независими от програмите, излъчвани в ефир. През 2006 година електронната страница на YLE е петата по популярност във Финландия. интернет вече е много силен посредник за младите финландци и тези на средна възраст, докато хората на възраст над 74 години предпочитат другите форми на комуникация.

Според друго изследване от 2006 г. сред публиката на YLE, най-важните обществени функции са: 1) предоставяне на официална информация и предупреждаване за извънредни ситуации, 2) излъчване на програми за всички хора във Финландия, независимо от местоположението им, и 3) надеждно и независимо предаване на новини. Това е илюстрация на имиджа на YLE като обществен оператор – предаването на новини и информация – което разбира се е основополагаща функция за всеки истински демократичен процес.

От друга страна, взаимодействието с гражданите, е поставено едва на десето място и се разглежда като по-маловажно от, например, прякото предаване на международни спортни събития. На шесто място е оценено задължението на YLE да обслужва интересите и на малцинствата и други специални групи с отделни програми за тях.

Изводът е, че компанията YLE предоставя по-скоро услуги за гражданите, но няма особено силни позиции в *прякото* общуване с тях. В последно време YLE опитва нова рекламна кампания, при която определени центрове на YLE в различни градове се отварят за хората, а персонал от столицата Хелзинки се изпраща в провинцията, за да се срещне със зрителите и слушателите. Но тези мероприятия са по-скоро изключения и се случват рядко.

Интересно е да се отбележи, че законът задължава YLE да поддържа възможността на хората да общуват помежду си, но дори и не приканва YLE към пряко взаимодействие със своите , гражданите. Вероятна причина за това е, че членовете на Управителния съвет на YLE се избират от Парламента и се счита, че това е достатъчен канал по, който гражданите непряко взаимодействат и влияят на YLE.

Освен предаването на разнообразни програми, YLE разполага с някои вътрешни правила и стратегии, които подпомагат гражданските демократични прояви. Например, Правилата за регулиране програмите на YLE акцентират върху независимостта и цялостния характер на програмите, които освен това трябва да са безпристрастни и балансиран и, там където е възможно, да обхващат всички гледни точки на обсъждания въпрос.

## **Германия**

За да се даде по-ясна представа за средствата, които се използват в Германия, е необходимо да се даде по-подробно определение на термина „взаимодействие“. Взаимодействието означава активна комуникация между обществените оператори и гражданите.

През 2004 година федералните области решават да разрешат на обществените оператори да използват интернет за отправяне на предложения към своите потребители, чрез които се осъществява взаимодействие. Тези предложения трябва да имат съдържание, свързано с програмите. Предвид тези обстоятелства, средствата, които се използват от германските OEM, могат да се класифицират в две основни категории: (1) използването на интерактивни технологии за предложението и (2) използване на традиционните начини на взаимодействие със зрителите на програми (като гласуване в ефир, традиционни анкети по време на предавания и др.).

## **Латвия**

В Латвия взаимодействието на обществените медии с потребителите се случва по методите, известни в цяла Европа. Основните инструменти на това взаимодействие са телевизионните и радио програми, през които се отделя време за гласуване по телефона или чрез SMS, споделяне на мнения и поставяне на въпроси. Друго популярно средство за интерактивност е интернет, който предлага на хората все по-широк и разнообразен спектър от възможности за комуникация с хората, които правят или участват в програмите и т.н.

Както радиото, така и телевизията имат богати електронни архиви в интернет, където слушателите и зрителите намират изобилна информация на различни теми, а също и могат да гледат и слушат програми, които са пропуснали.

Понякога, за по-отдалечени райони (например селски) или възрастни хора, обратната връзка се осъществява писмено.

Обществените оператори периодично имат консултации с латвийските неправителствени организации с цел да открият интересите и желанията на различните групи от населението, които са представени в тези организации.

Други използвани средства са изготвянето на допитвания годишно по отношение на най-популярните програми; организирането на публични дискусии в период преди избори; организиране на работни групи и конференции.

За съжаление в Латвия все още не е въведена цифровата телевизия в обществените оператори, поради което не е възможно да се използват допълнителните средства на новите технологии. Държавата е поела решителен ангажимент да въведе дигиталното покритие до 2012 година.

## **Словения**

Обществените медии в Словения предлагат няколко възможности за подкрепа, насърчаване и внедряване на демократичните нужди на гражданите. Всяка медия е задължена, при поискване на ответната страна, да публикува и противоположната гледна точка – със същата дължина и на същото място. Това създава огромни трудности за медиите и тази мярка, с която вероятно се е целяло да се подпомага демократичният диалог, правото на истина и обективното предаване на информация, се оказва непродуктивна. Тя създава опасност професионалната и разследващата журналистика да се замени с „урна за мнения“. В този смисъл е необходимо да се промени нормативната уредба в посока на даване на по-ясни дефиниции, поради което се е открила възможност за злоупотреби.

От 1 януари 2008 година има специална институция омбудсман, който работи в обществения оператор RTV Slovenija и защитава интереса на зрителите и слушателите, отговаря и изпълнява ролята на посредник от тяхно име, съблюдава за нарушения на нормативната рамка и етични кодекс, докато от другата страна от него се очаква да защитава интегритета и независимостта на журналистите и програмните работници срещу

несъстоятелни обвинения. Заслужава да се спомене това, че както документа „Професионални стандарти и етични принципи на журналистиката в програмите на RTV Slovenija“, така и дейността на омбудсмана, са специфично явление за Словения, което не може да се открие във всяка европейска страна и по този начин представлява стабилно понятие за установяване на демократични стандарти.

### **Обединеното кралство**

Всички OEM са оператори и използват електронните медии, за да предават информация чрез програмите си. Електронната страница на BBC е една от най-посещаваните в интернет. Освен това, всички медии имат уебстраници, които поддържат и в някои случаи надхвърлят обхвата на програмите. Тези уебстраници допускат интерактивност; възможни са абонаменти за актуална информация чрез разнообразни средства за комуникация (мобилни телефони, електронна поща и др.), като по тези начини се получават и зрителските отговори.

Понастоящем Ofcom предприема анкета, която включва въпроси във връзка с гражданството; съществува също и електронен форум. Първоначално Ofcom се вълнува единствено от интересите на потребителите, след което отделя специално внимание на връзката между потребители и граждани. Също така, според изискването, заложено в *Communications Act*, Ofcom се ангажира със задачата за насърчаване на грамотността в медиите; проведени са и известен брой изследвания относно OEM и програмните жанрове, които се смятат за особено важни за гражданите. Конкретен пример за това е докладът за бъдещето на новините. Има работна група за потребителите, но няма такава за интересите на гражданите. Последните попадат в обсега на съвета по оценка на съдържанието, чиято основна работа е да разглежда оплаквания за нарушения на кодекса, който поставя определени ограничения върху съдържанието, въпреки че функциите на този съвет са по-скоро свързани с очертаване на принципните положения.

Предлагането на качествени и оригинални програми се насърчава по косвен начин чрез телевизионните награди, като например наградите на Кралското телевизионно общество (RTS), където номинациите се оценяват в множество категории за новини. Съществуват, разбира се, и награди в други области на национално и международно ниво. Политическото общество пък организира награди за политически предавания (включително сатирични творби).

### **Покритие на новите услуги, предлагани от OEM**

Организациите членки на EBU регистрират средно покритие от 21.4%. Това означава, че 21.4% от хората, ползващи интернет, са посетили или посещавали през този период уебстраница, собственост на членуваща организация. Интернет потребителите са най-силно привлечени от BBC, MTV3 (Финландия), DR (Дания) и NPO (Нидерландия), които достигат месечно покритие от над 35%.

Съществува пропаст при сравняването на електронните ресурси на различни организации членки, като графиката варира от над 55% покритие (както при BBC) до по-малко от 2% (както при белгийската RTBF). Въпреки това, повечето институции достигат покритие от поне един на всеки десет интернет потребители.

Що се отнася до развитието на електронните страници, при повечето членуващи организации се наблюдава положителна тенденция за последните седем месеца. Норвежкият обществен оператор NRK достига най-значителното развитие за периода август 2007 – март 2008 година с показател 6.5%. сред медиите, които претърпяват най-големи загуби на вниманието на зрителите/слушателите са германската ARD и Канал 4 във Обединеното кралство.

BBC и Groupe TF1 (Франция) са най-успешни в привличането на младите потребители към сайтовете си. Повече от половината хора на възраст между 15 и 24 години във Обединеното кралство са посетили поне веднъж сайт, който е собственост на BBC, а популярността на TF1 е 23.7%. Докато повечето страници имат покритие от над 10%, RTVE



и ZDF изглежда имат повече трудности при привличането на по-младата аудитория.

Повечето медии изгубват влияние сред младите потребители през изминалата година. TF1 (+3.5%) и RTVE (+0.8%) са единствените организации, при които има растеж, докато при другите показателите намаляват със стойности от 1.2 до 9.2 единици.

### **Онлайн потребление на видео продукти**

Младите хора прекарват повече време в интернет мрежата и при тях има по-високо ниво на потребление на видео програми отколкото при по-старите поколения. Компютърът се е превърнал в част от всекидневния живот, а успехът на сайтове като YouTube води до бум на сайтове, предлагащи аудио и видео продукти през интернет. Медийните компании преразглеждат целия си бизнес план с оглед на това да се увеличи разпространението и предлагането на видео материали.

Таблицата показва, че хората на възраст между 15 и 24 години през януари 2008 година са прекарвали в интернет около пет часа повече, т.е. около 115 минути повече от средностатистическия потребител. Младите не само отделят повече време за онлайн потребление, но и гледат повече видео продукти в сравнение с другите потребители.

За медиите е важно да имат силно присъствие в мрежата, а покритието на видео продуктите в интернет показва, че (15.4%) и (14.4%), благодарение на предлаганото съдържание, са най-успешни в привличането на по-млади потребители. Същият показател за ITV, FTV Interactive и Канал 4 е 3% месечно.

Най-много време младите хора прекарват в страницата на Канал 4 – 230 минути през януари 2008 година. Канал 4 предлага безплатна услуга „catch-up streaming” (гледане на пропуснати предавания), „4oD” („4 on Demand”) с телевизия, филми и музикални продукти, които се предлагат 30 дни след като са излъчени. Сайтът включва значителен брой пълни програми, което най-вероятно е факторът, привличащ потребителите. Статистиката показва, че страници на други медии са предпочитани за по-къси програми и клипове.

### **Примери за добри практики на предавания/услуги на обществените медии, целящи по-широко демократично участие на индивидите**

Демокрацията не се ограничава само до изборите; това е продължаващ процес и медийната дейност между избори може да бъде дори по-важна за поддържане на демократичното участие, отколкото самото медийно отразяване на изборите. Въпреки сложността, организациите на обществените медии правят много за насърчаване, улесняване и развитие на услугите, които отговарят на демократичните нужди на гражданите. Тук не целим да правим детайлно и изчерпателно проучване, като съществуват и много други отлични примери, освен дадените по-долу. Нашите примери илюстрират ролята на обществените медии при демокрацията, с акцент върху участието и по-широката роля на обществените медии за развитието на демократизацията.

По-долу предлагаме кратко резюме на примери на добри практики за програми/услуги, които насърчават по-широкото демократично участие на индивидите. Тези примери са разделени в пет категории, които биват последователно разгледани: Информация, Улесняване, Сътрудничество, Демократизация, Мобилизация.

#### *Информация*

Всяка обществена медийна компания предлага новини на различни платформи. Новините са ключова услуга по отношение на демокрацията, която има богато наследство от обществените радио и телевизия, както и продължаващо голямо влияние. Новинарските услуги са сравнително познати, но е важно да се обърне внимание, че новините на обществените радио и телевизия са уникални с това, че разглеждат еднакво критично, както икономическите, така и политическите актьори и благодарение на техния специален статус, що се отнася до общественото финансиране и редакторската независимост, могат

да бъдат спокойни и защитени. Пълното отразяване и задълбочената информация са специфичен аспект в тази категория, който всяка обществена медийна компания трябва да осигурява. Идеята е да се комбинира информацията от новините с документи и други материали, които да дадат на потребителите добра възможност за разбиране на проблемите в дълбочина, отвъд преходната, повърхностна история. Архивите при поискване, включващи излъчени в миналото материали, са изключително важен аспект в тази категория услуги, предоставяни от обществените медии. Такава е ситуацията почти навсякъде. Информационният аспект се отнася и до прозрачността на обществените медии, с оглед вземането на политически решения.

#### *Улесняване*

Обществените медийни компании предлагат редица услуги, които да позволят на индивидите да получат информация относно редица теми и въпроси, от личен интерес за тях. Тези услуги улесняват вникването в проблемите и просвещението по начини, които са повече възпитателни, отколкото образователни. Разликата е в педагогическия подход. Образователният подход е историческият лекционен модел, докато възпитателният подход е интерактивен и основан на комуникацията. Онлайн игрите могат също да бъдат полезно средство за обогатяване на общото познание и разбиране на обществото. Подобни услуги са особено привлекателни за младата аудитория.

#### *Сътрудничество*

Web 2.0 описва развитието на онлайн социалните мрежи. Редица подобни услуги са добили популярност днес, особено YouTube, Flickr, MySpace, и Facebook. По-рядко се обръща внимание на тях, но услугите от типа социални мрежи, които обществените медии предлагат, съвместяващи радиотелевизионното разпространение и онлайн услугите във връзка с материали от тематичен интерес, създадени от потребителите, са от изключително значение за изграждането на демократичния дебат.

#### *Демократизация*

Ролята на обществените медии не е само в насърчаването на индивидуалното участие във връзка със специфичен въпрос или в дадена ситуация, колкото и важно да е това. Ролята на обществените медии има по-широк смисъл – подкрепя на продължаващия процес на демократизация, който създава перспективи и практики, които изграждат демокрацията в обществото.

#### *Мобилизация*

Последната категория, която ще бъде разгледана, се фокусира върху услуги, които подпомагат гражданите в личните им усилия да бъдат активни по отношение на обществени движения и участие. Това е нов хоризонт и затова тук няма много примери.

### **Информация**

#### *Финландия - El?v? arkisto (Живият архив)*

Архивите при поискване, включващи излъчени преди това материали, представляват изключително важен аспект в тази категория услуги, предлагани от обществените медии. Подобни са в процес на развитие почти навсякъде. Добър пример тук е Живият архив на YLE във Финландия. Редакторите в компанията организират историческите материали в категории по теми, които потребителите могат да преглеждат и изучават, когато пожелаят. Така това е и извор на знание, а не само на информация. Много обществени медийни компании имат най-дългата история и най-богатите архиви в съответната държава. Значителни инвестиции се правят през последните десетина години за цифровизация на огромни каталози от архивни материали и във всички обществени медийни компании този процес ще продължава и през следващите години. Подобни услуги свързват радио и

телевизионните програми, националното културно и обществено наследство, както в настоящ, така и в исторически смисъл, с услугите при поискване, посредством интернет сайта на компанията.

Архивът на YLE включва огромно количество материали, като услугата се фокусира основно върху финландската история и култура, но архивите съдържат и множество международни материали. Той постоянно се обновява и се добавят нови и нови материали.

Архивът е организиран в различни категории (Финландия, Светът, Спорт, Култура и развлечение, Домът и свободното време, Деца, Най-високо оценени, Последни).

Категориите са разделени на подкатегории, свързани с конкретни теми. Подкатегориите, от своя страна, също са разделени по различни предмети, със съответните архивни филми.

Освен разделът за видео материали при поискване, има и секция посветена на радиото - „Интернет радио архив“. По интернет радиото може да се слушат стари радио предавания 24 часа в денонощието.

Услугата, предлагаща архив от предавания на YLE в интернет, бе стартирана през септември 2003г. под името YLE Arkki. Тази услуга включва предимно радио предавания от миналото, които се предлагат, както под формата на нон-стоп интернет радио услуга, така и като услуги при поискване, разделени по различни теми, с допълнителна пояснителна информация. Някои части от програмата на интернет радиото YLE Arkki се излъчват също и по FM във Куопио, Турку и Лаhti.

Освен над 700-те радио предавания, YLE Arkki предлага, също така и някои снимки и телевизионни предавания от архивите на YLE. Най-старите налични радио предавания са от 30-те години, но мнозинството от материалите са от 40-те, 50-те и 60-те години.

Въпреки иновацията и високата културна стойност, първоначално YLE Arkki не пожъна голям и незабавен успех. След една година съществуване той все още не беше познат дори на всички служители на YLE. Нещата продължават така още близо 2 години. След това на 80-тата годишнина на YLE през 2006г. услугата бе стартирана наново с обновена концепция, допълнителни материали и ново име YLE El?v? arkisto (Живият архив).

Услугата сега предлага огромно количество радио предавания, а също така и филми и телевизионни предавания, като най-старите филмови ленти са от преди близо 100 години. Всяко предаване е придружено от текстов материал, който го свързва с неговия времеви и пространствен контекст. В допълнение, историческите материали също са организирани в отделни тематични категории. Освен предаванията, новата услуга предлага и множество снимков материал, статии предоставящи пояснителна информация, както и 250 различни тематични пакета. Интернет радио услугата с архивни предавания продължава да бъде част от цялостната услуга, но вече не заема толкова централно място.

Основната задача на Живия архив е да направи достъпно общото културно наследство от архивите за колкото се може повече финландци посредством новите технологични средства, като така гражданите получат представа за миналото на страната чрез предаванията и тяхното съдържание.

Въпреки че първоначално броят на аудио записите, които се предлагат, надхвърля близо два пъти броя на видео записите, в момента YLE El?v? arkisto съдържа повече видео, отколкото аудио клипове. Средно на седмица редакторите на архива добавят към услугата по нови 20 аудио или видео клипа. Предаванията се избират на базата на предложения от аудиторията, система за седмично гласуване и идеи от редакторите на архива.

Обновяването на концепцията, новият вид и услуги, както и допълнителната реклама, превърнаха Живия архив в истински успех във Финландия. Услугата и редакторите спечелиха редица награди през последните две години, а интернет страницата на YLE El?v? arkisto се посещава от около 80,000 души седмично.

Франция – *La Chaine Parlementaire* и *Public S?nat*

Това е отличен пример за ролята на обществените медии за насърчаване на прозрачността при вземането на политически решения. La Chaîne Parlementaire е френска обществена телевизионна мрежа, която отговаря за излъчването на заседанията на Националната Асамблея на Франция и Сената на Франция. Тя се предлага посредством цифрова наземна телевизия „TNT“. Създадена е през 1999г. по искане на Националната асамблея на Франция. Излъчванията започват първоначално два пъти в седмицата, във вторник и сряда следобед, по France 3. На 8 февруари 2000г. започват предавания и от Сената на Франция. Каналът излъчва 24 часа от Асамблеята, след което 24 часа от Сената, в предварително определен ред. На 31 март 2005г. каналът получава своя собствена TNT честота. Каналът предлага, също така и онлайн видео материали от дебатите, които са достъпни в категориите „Видео материали, свързани с различни предавания“, „Най-често гледани видео материали“ и „Какво дават в момента“.

Германия – *ARD*

ARD предлага специфична онлайн услуга, която се основава на интернет присъствието на деветте регионални обществени оператори. По отношение на програмното съдържание, предлаганата услуга е свързана с телевизионната програма на ARD и при нея няма реклами и спонсорство. Освен всичко друго, ARD предлага няколко мултимедийни услуги при поискване, свързани с новинарската емисия „*Tagesschau*“. „*Tagesschau*“ е най-старата и най-популярна вечерна новинарска емисия в Германия със своя формат излъчван в 20 часа. Тя достигна до нива от 5.96млн. зрители дневно през 2005г. и 5.73млн. през 2006г., което отговаря на около 20% от пазарния дял за този отрязък. Освен аудио и видео услуги, стрийминг на живо и анимирана графика, една от мултимедийните услуги представлява архив при поискване на всички емисии на *Tagesschau* от януари 2002г. насам. Тази услуга позволява на интернет потребителите да гледат всички емисии на *Tagesschau* в реално време или да гледат отделни новинарски емисии, избрани предварително. Потребителите имат възможност да получат обзор на предходните събития от деня. Тази услуга свързва едно телевизионно предаване с услуга при поискване. Това позволява на потребителите да събират информация по заявка, с цел запълване на празноти в познанията им за минали политически или обществени събития. Общо взето тази услуга позволява обогатяването на общата култура и привлича вниманието на хората към ежедневните новини.

Германия- *Phoenix*

*Phoenix* е обществен телевизионен оператор, който се управлява от ARD и ZDF. Правната основа на *Phoenix* е определена в третото изменение на Договора за радиотелевизионно излъчване между провинциите. Чрез тази поправка се позволява на ARD и ZDF да управляват два допълнителни специализирани канала. Днес *Phoenix* е един от най-популярните новинарски канали в Германия. Що се отнася до програмното съдържание, обществената мисия на *Phoenix* е определена в програмните принципи, които гласят, че каналът трябва да допринася за формирането на мнение по политически въпроси, трябва да се предоставя пояснителна информация и дори сложните проблеми трябва да се представят по разбираем начин. В допълнение, *Phoenix* играе ролята на безпристрастен телевизионен оператор, който цели да информира по балансиран начин. Затова програмата му се фокусира върху отразяването на събития чрез репортажи, новинарски предавания и документи. Посредством предлагането на живо отразяване без коментар на политически или други събития, важни за обществото, *Phoenix* предоставя безпристрастна информация, която позволява на зрителите да формират сами собственото си мнение, без каквото и да било външно (редакторско) влияние.

В допълнение, *Phoenix* предлага и съпътстваща услуга за хората с увреден слух, като *Tagesschau* се превежда на жестомимичния език. Тази конкретна услуга позволява на

хората с увреден слух да участват активно в процеса на формиране на мнение и им гарантира свободен достъп до информация. Най-емблематичното предаване за новини на *Phoenix* е новинарската емисия „*Der Tag*“, която се излъчва от 23 часа до полунощ всеки ден. Продължителността от един час гарантира наличието на подробни и задълбочени репортажи. Във формата „*Vor Ort*“, *Phoenix* излъчва на живо интервюта, пресконференции, пленарни заседания и пр. Чрез предлагането на обширна информация, хората се запознават по-добре с актуалните събития, което им позволява да вземат участие в обществените дискусии.

*Латвия – предавания за новини и актуални събития на обществените медии*

Новинарските услуги на обществените оператори комуникират активно с техните зрители и слушатели, като ги призовават да ги информират посредством интернет, телефон или писма за важни общественно-политически събития, както и да изразяват своето отношение към събитията, личностите и вземаните решения, отразени в новините.

Слушателите на Латвийското радио имат възможността да слушат всички радио програми и по интернет. Те могат да слушат, също така и радио предавания от минали години, след 1 юли 2004 година, от архива. Интернет страницата за новинарски услуги на Латвийското радио редовно публикува последните новини, а Латвийската телевизия направи голям скок напред в развитието на качествена интернет телевизия, създавайки уебсайт посветен на архива ѝ, в сътрудничество с един от най-големите интернет портали в Латвия – Аполо. Не само се архивират най-важните настоящи предавания, но и също се цифровизират предавания от изминалите години (започвайки с първите видео записи от 70-те години). Най-важното е, че това архивиране се прави във висока резолюция, което дава качествен образ на голям монитор. Зрителите все повече и повече използват тази услуга, тъй като им позволява да гледат любимите си телевизионни предавания в подходящия формат и с добро качество.

*Словения – специализиран парламентарен телевизионен канал*

Законът за RTV Slovenija предвижда създаването на „специализиран национален телевизионен канал, който да предлага пряко предаване на заседанията на Националната асамблея на Република Словения, както и на работните ѝ структури. Тази новост влезе в действие едва в началото на 2008г., тъй като веднага след приемането на Закона не съществуваха нито необходимите технически условия (пълно оборудване с камери във всички съответни зали на Парламента), нито имаше налични честоти (наземните честоти в държавата вече бяха заети). Днес вече всички технически проблеми са решени – Парламентът е напълно оборудван за целта, а в сферата на разпространението се използват цифрови честоти и комбинация от специализирани канали по кабелните мрежи.

За да се направи гледането на работата на Парламента по-разбираемо, а също и демократичното участие на индивидите, е важно каналът, освен пленарните сесии на Парламента, да излъчва и още по-важните заседания на парламентарните комисии, където се разгръща по-голямата част от парламентарния живот и предлага на заинтересованите зрители поглед върху същността на парламентарната дейност. Програмната схема на канала е по-широка – правят се резюмета на и се излъчват заседания на Европейския парламент. RTV Slovenija бе, в рамките на EBU, инициатор за провеждането на специален семинар, на който представителите на европейските обществени медии и на парламентарните канали да разменят опит по отношение на отразяването на работата на Парламентите и да се договорят за по-тясно сътрудничество. Те ще започнат да обменят по-дълги репортажи от най-важните сесии и решения на националните парламенти, което се очаква да засили усещането за важността на парламентарната демокрация; това ще има ефект и върху начина на отразяване на дейността на Европейския парламент (и процедурата при изборите за него), така че това да бъде доближено до гражданите.

*Словения – радио предаването „Европа лично!“*



Радио Словения предлага полезен пример, който илюстрира усилията на обществените медии да предоставят различни услуги в рамките на традиционните радио и телевизия, а не само в новия медиен контекст. В предаването „Европа лично!“ продуцентите търсят хора из Европа, които да изразят богатото разнообразие и тривиалността на живота в Европа днес. Голямо внимание се обръща на възгледите на хората за Европа и идеите за различните европейски общества.

Обединеното кралство – *предавания за новини и актуални събития*

Всички обществени оператори в Обединеното кралство имат свои предавания за новини и актуални събития и мнозинството от населението на страната се информира за новините от обществените радио и телевизия. Според проучване на Министерството на комуникациите, почти половината от потребителите смятат, че новинарските предавания ги карат да се чувстват част от демократичния процес. Освен националните новинарски предавания и BBC, както и ITV предлагат редовни регионални новинарски бюлетени; BBC има и мрежа от местни радиостанции, които предлагат местни новини и теми за дискусия по национални, регионални и местни проблеми.

Освен самите новинарски емисии, съществуват и множество дългогодишни национални предавания, които се занимават с политика и с въпроси от обществен интерес, като например „Today“ на Radio 4, „Newsnight“ (BBC2), „The Week in Westminster“ (Radio 4), „Panorama“ (BBC1) и пр. Предаванията *Any Questions* (Radio 4) и *Question Time* (BBC1) се основават на въпроси от аудиторията към група политици или други обществени фигури и те се провеждат на различно място всяка седмица.

Дългогодишното предаване на BBC *Newsround* е единственото новинарско предаване, насочено към и включващо новини и актуални събития, представляващи интерес за децата. Като след-училищно предаване в късния следобед, в миналото то не веднъж е отразявало извънредни новини преди основните вечерни новинарски емисии.

Цифровите нововъведения позволяват на радиата и телевизиите да излъчват повече новини (например BBC News 24 – 24-часов канал за новини и актуални събития), както и да развиват специализирани канали, които се фокусират върху въпроси от обществен интерес. *BBC Parliament* е посветен на отразяването на политика и редовно излъчва на живо или на запис от Парламента на Обединеното кралство, Шотландския парламент и Асамблеите на Уелс и на Северна Ирландия. Има и програма, която се фокусира върху новините от Европейския парламент: *The Record Europe*.

Повечето от радио и телевизионните предавания в Обединеното кралство днес са подпомагани от интернет страниците на операторите, които предлагат допълнителна информация за въпросите, отразени в предаванията, както и се занимават с проблеми, които не са били включени в тях, като позволяват на потребителите да оставят техните коментари за актуалните събития и да предлагат теми.

Обединеното кралство – *BBC – интернет сайтът на „Today“*

Предаването „Today“, продуцирано от Radio 4 – националният радио канал на BBC, посветен на актуални събития, е добър пример за свързването на радиото и интернета. Интернет страницата на „Today“ отразява тема на деня, обикновено свързана с национални или международни политически въпроси, които засягат Великобритания. Сайтът съдържа и архив от минали теми и преглед на темата, която в момента се дебатира. Това е характерна услуга за обществените медии. При този пример се наблюдава и друго нещо, което става все по-характерно – „Today“ позволява на потребителите възможността да влияят върху подхода и програмното съдържание на радио предаването чрез техните въпроси и входяща информация, както и чрез предлагането на теми за бъдещи предавания. Подобни примери могат да се разгледат и под категорията Сътрудничество. Това е важно да се отбележи, тъй като голяма част от дейността на обществените медии е

многоизмерна. На последно място, въпреки че този пример свързва обществено радио и интернет, то този аспект може и да се генерализира, за да обхване и телевизионните програми, където също често се наблюдават подобни формати.

Уебсайтът на "Today" предлага голямо разнообразие от аудио интервюта, аудио репортажи, подкасти и пр., свързани както с настоящи политически събития, така и с исторически събития от национално и международно значение.

### **Улесняване**

Австрия – ORF

ORF предоставя на своите потребители възможността да задават онлайн на основните кандидати на водещите политически партии въпросите, които най-много ги вълнуват. Екипът на ORF избира 20-те най-интересни въпроса, адресирани до всеки кандидат. Отговорите се публикуват онлайн.

Дания – DR

Има множество примери за предавания и услуги, които целят стимулиране на по-широкото демократично участие и в DR съществува дълга традиция за участие на гражданите в предаванията – не само като „глас на народа“, но и като източници на знания, опит и мнения. Могат да се споменат радио предаването "Poul Friis" по P1, с телефонни дебати по актуални теми, обществени дебати, комбиниращи радио или телевизионни предавания с интернет дебат и "Dogworld", където млади хора на възраст между 11 и 17 години опознават демокрацията посредством игрите.

Интернет порталът на DR <http://www.dr.dk/> е важен инструмент за обществен дебат по въпроси за демокрацията и политиката. За изключително важни теми DR създава специални сайтове за дебатиране, с достъп до програмни материали – радио и телевизионни предавания и пр. при поискване или като подкасти – препратки към допълнителни пояснителни материали и приканва интернет потребителите да участват. Примери за такива теми за дебат са датското участие във войната в Ирак, мюсюлманите в Дания, и как можеш да се повлияеш на общественото планиране на обществените зони в твоя град.

Всеки четвъртък вечерта в предаването "Debatten" по телевизионния канал DR2 се провежда политически дебат на живо, който се фокусира върху някоя важна тема, след което дебатът се пренася на dr.dk, където може да продължи много дълго време и където хората, които не са гледали предаването по телевизията, могат да получат достъп до него при поискване или като подкаст.

#### *Общо отразяване на парламентарната дейност*

За да даде достъп на всички до политическите дебати и да стимулира интереса към политическия живот в Дания, DR излъчва на живо през деня всички заседания и дебати в Датския парламент по един от основните си канали DR2.

#### *Специфична дейност в периода преди избори*

Ролята на DR, когато предстоят демократични избори е пример за това, как то се стреми да насърчи по-широк демократичен интерес и участие. По време на последните избори за Датски парламент през октомври 2007г., DR направи усилие да стимулира интереса към и участието в изборите на всички хора в Дания. Под общото мото „Да разберете вашия избор“, отразяването на изборите от DR целеше да ги направи разбираеми и значими за всички. С оглед на това, DR стартира редица инициативи, специално насочени към насърчаване на широкото демократично участие. Тези включваха:

- в деня на изборите DR стартира мащабна кампания, която да позволи на датчаните да изкажат своето мнение по най-важните въпроси около тези избори. Зрителите,

слушателите и потребителите бяха призовани да гласуват по 10-15 проблема и да допринесат с техни собствени въпроси. Само през първите 2 дни бяха регистрирани над 40,000 гласа и резултатите бяха включени в общото отразяване на изборите от DR. Най-популярната радиостанция в Дания - P4, инициира редица местни дебати, където централните теми биват разглеждани посредством местни примери и се дискутират от местни кандидати и аудитория. Дебатите се излъчват на живо по P4.

- най-модерният и подробен преглед на всички кандидати на изборите в Дания бе изготвен от DR и предложен онлайн на dr.dk. Възможно беше търсенето и имаше редица функции, които да позволят на всички да сравняват своите мнения и политически възгледи и да изберат любимия си кандидат.

- „За 24 часа за Дания“ е инициатива, насочена към насърчаване на интереса към политиката сред младата част от населението на страната. Шестима водещи политици от младежките организации на големите партии се събират заедно за 24 часа, за да намерят решение на основните политически въпроси и да намерят обща визия за бъдещото датско общество. Събитието се отразява непрестанно посредством уебкамера, новинарския канал на DR – DR Update и в радио и телевизионни новинарски предавания.

#### *„Битката на ценности“*

Друг уникален пример, който ни дава DR е развитието на онлайн игри с ясен обществен характер. „Битката на ценности“ е свързана с дискуссионен политически въпрос в Дания (скептичната позиция на дясното правителство в страната спрямо прогресивните ценности). Играчите научават какви са ценностите и каква е тяхната лична позиция по тях. В момента DR разработва подобни игри, свързани с предстоящите избори.

#### *Финландия – YLE – Vaalikone (Изборна машина)*

Изборната машина в сегашния ѝ вариант може да се определи като финландско изобретение. Тя позволява на гражданите да открият кой кандидат най-точно представлява техните лични възгледи и интереси. Кандидатите попълват въпросник, който впоследствие се попълва и от потребителите. „Машината“, която представлява софтуерна програма, сравнява отговорите на потребителя с отговорите на всеки от кандидатите, които ще се явяват на изборите и разкрива „разстоянието“ между потребителя и кандидатите.

Днес, практически всички основни медии във Финландия са създали свои собствени изборни машини, което означава, че ако кандидатите искат да присъстват във всички големи изборни машини, то те ще трябва да отговорят преди това на няколко различни групи въпроси.

Според едно скорошно проучване на изборните машини близо 25 % от хората, които са гласували на парламентарните избори във Финландия през 2003г., преди това са използвали поне една изборна машина, за да видят кой кандидат е най-подходящ за тях. Сред младите хора този процент достига 50%.

Въпреки че изборната машина беше въведена във Финландия от YLE компанията няма никакви специални права върху този тип услуга. Днес съществуват множество такива машини в интернет и това скоро може да доведе до пресищане и отегчение сред потребителите – особено когато различните машини дават различни резултати. Изборната машина на YLE може да запази важността си само ако гражданите смятат, че тя е по-добра и по-надеждна от останалите предлагани варианти.

#### *Германия – (ARD и WDR)*

В допълнение към актуалните събития, фокусиращи се върху Вествалия на север от Рейн, WDR.de създава и специални онлайн секции, които отразяват по-странични новини и предлагат задълбочени анализи на теми отвъд новините. Сред тях могат да се отбележат

теми като: промените в климата, културното разнообразие и миграцията, образование, Европа днес и др. Впечатляващ пример е наскоро стартираната специална секция за световните религии, която предлага множество информация за вярванията и идеите на всяка от петте основни религии – християнство, ислям, юдеизъм, будизъм и хиндуизъм. По време на парламентарните избори през 2005г. в Германия WDR.de участва в изготвянето на съвместна специална секция, посветена на изборите, заедно с ARD, която е качена на основния сайт за новини на "Tagesschau". Освен обичайното отразяване на изборите, с резултати от екзит пол, демографски данни, профили на кандидатите и партиите, най-важните изборни теми и пр. сайтът предлага и два различни блога. Единият е „професионалният блог“, в който политическите кореспонденти на обществената мрежа ARD предлагат своя поглед и анализ върху събитията. Другият е блогът на гражданите. Петима потребители на WDR.de от различни части на Германия са избрани да отразяват предизборната кампания и да предлагат своята гледна точка за проблемите, върху които се фокусират политиците и медиите.

Отразяването на изборите и на предизборните кампании, също така, е във фокуса и на някои от онлайн услугите, предлагани от NDR. Голямото разнообразие от чатове с политици, социологическите проучвания, специалните материали и пр. са важен елемент от онлайн предлаганите материали.

В допълнение телевизия NDR и радио NDR предлагат широко и подробно отразяване, както и пояснителна информация, за изборите на европейско, федерално, провинциално и регионално ниво. Целта е да се издигне политическото съзнание и да се повиши интересът към демократичното участие.

За да насърчи гражданите да спомагат и да участват в политическите и обществените дебати, телевизия NDR предлага специално предаване, което приканва гражданите да изкажат техните интереси и активно ги подкрепя при защитата на техните права.

Радио програмите на WDR подпомагат по различни начини процеса на формиране на политическо мнение, например чрез интерактивни предавания с обаждания на живо в ефир. Друг използван нетрадиционен интерактивен подход са радио пиесите (радио театър), посветени на актуален политически или обществен дебат, съпътствани от предаване с обаждания в ефир. На последно място радио WDR организира и събития извън ефира, особено за най-младите слушатели. Те обикновено се провеждат в училища и детски градини.

Германия – ZDF

В навечерието на изборите за германския Бундестаг ZDF предложи предаване, което бе специално предназначено за децата, които можеха да задават въпроси на политиците. Въпреки че целевата аудитория на предаването няма още право да гласува, по този начин от ранна възраст се развива интересът към политиката и разбирането ѝ. Това е още един пример за това как германските обществени медии се стремят да насърчават и да улесняват демократичното участие на индивидите.

Латвия - *Предавания в предизборния период*

От периодичните предавания, които призовават зрителите и слушателите да участват активно в процеса на изразяване на мнение, трябва да се споменат предизборните предавания, които се правят преди изборите за местно правителство, както и преди изборите за Латвийския парламент и за Европейския парламент. Това са предимно дискуссионни предавания, чиято основа са дискусиите и отговорите, които дават бивши и настоящи политици, на въпроси от национално значение. Понякога тези дискусии се провеждат в студиото в присъствието на журналисти, експерти и неправителствени организации, докато друг път могат да се осъществяват и извън студиото и да се излъчват на живо или на запис. Когато те се провеждат някъде навън, обикновено се канят

местните жители. Така те получават възможност да участват в дискусиата и да задават въпроси, които ги вълнуват тях. За съжаление не може да се каже, че има голям интерес за участие от страна на гражданите. Продуцентите на предаванията често са принудени да молят неправителствени организации от съответния регион, регионални медии и вече познати активисти да присъстват, за да се съберат достатъчен брой участници в предаването. Трудно е да се каже каква е точната причина за тази слаба активност. Вероятно съществува разстояние между „обикновеното“ население и управляващите кръгове. Социологическите проучвания също показват на кого вярват хората. За съжаление политиците, народните представители и членовете на правителството са много ниско в тази скала. Съществува всеобщо неофициално мнение, че когото и да изберат гражданите, не могат да се очакват подобрения, тъй като управляващите се грижат само за своите интереси и за тези на партията им. Въпреки това, независимо от индивидуалната пасивност, тези предизборни предавания са популярни сред зрителите и слушателите и техният рейтинг е доста висок.

Холандия – *Teleac/NOT – Citizenship Assimilation Test (Тест за придобиване на гражданство)*

Друг пример е *Citizenship Assimilation Test*, което е национално телевизионно шоу, продуцирано от Teleac/NOT, обществената образователна радиотелевизионна компания в Холандия. Хората участват по интернет от своя дом при решаването на националния тест, който имигрантите трябва да минат успешно, за да могат да придобият холандско гражданство. Така холандските граждани разбират какво правителството е определило за ключово, за да се стане жител на страната и до каква степен трябва да се разбират холандските ценности и култура. Тестът става толкова популярен, че само през 2005г. над 1млн. души се подлагат на него. Резултатите предизвикат толкова много реакции, че Teleac/NOT препраща хилядите отговори на съответното министерство и оставя сайта активен. Интересното е, че мнозинството от холандците не успяват да го издържат. Предаването и сайтът предизвикват обществен дебат относно значението и ползата от подобен тип изпит.

Норвегия – *NRK – Играта Избори: Как да ръководим Окръжен съвет*

Един от членовете на Правилника на NRK гласи, че:

*„NRK ще има водеща роля при насърчаването на обществения дебат и ще подпомага цялото население, за да може то да събере достатъчно информация, необходима му, за да играе активна роля в демократичните процеси“.*

На интернет сайта на NRK, във връзка с изборите за Окръжен съвет през 2007г., е качена играта Избори. Играчите влизат в ролята на политици и трябва да участват в Окръжния съвет, като всеки избира коя партия да представлява. За всяка политическа партия са дадени различни политически цели. Играта обхваща четиригодишен период – същият, както и изборният мандат – и всяка година играчът трябва да реши как да оползотвори бюджета, с който разполага.

Норвегия – *NRK – Играта Убежище*

На своята интернет страница NRK предлага и играта Убежище. Играчите трябва да изберат гражданин на друга държава, извън Европа, за предпочитане от Азия или Африка. Целта на играта е да се получи убежище в Норвегия – страна, която се смята, че зачита демократичните ценности и човешките права. Играчите се запознават с фактите, защо хората са принудени да напуснат своята родна държава и по време на играта трябва да решават редица проблеми, като получават и допълнителна информация за страните, в които влизат по пътя към Норвегия. Проблемите включват: как да напуснат родната си страна, когато това е незаконно, как да влязат на територията на Европа по пътя си към Норвегия, как да пътуват, как да се обърнат към властите и какви са условията за



придобиване на убежище.

#### *EBU – Младежки новинарски обмен*

Младежкият новинарски обмен на EBU е дневен многостранен обмен на рубрики за младежки магазинни предавания. Тези предавания разглеждат актуалните събития от гледната точка на младите хора, използвайки език, който децата да могат да разберат. Чрез изясняване контекста и общата картина около световни събития, децата получават необходимите инструменти, за да могат да разбират новините, които достигат до тях чрез медиите. Основната цел е децата да не бъдат оставяни беззащитни в информационното общество, където информацията така или иначе ще стигне до тях и да им се помогне да разберат идеята за „добри новини“ и „лоши новини“ през техния мироглед.

Тези предавания се следят от много деца и често се използват в училищата, за да помогнат на учениците да разберат актуалните събития. В същото време те се гледат и от много възрастни, които харесват ясните и прости обяснения.

Младежкият новинарски обмен е част от Новинарския обмен Евровизия, който позволява на членовете на EBU да обменят новини на реципрочна основа. Обменът се финансира от членове на Евровизия (активни членове на EBU). Асоциираните членове и другите телевизионни оператори могат да получат достъп на основата на сключен договор.

#### **Сътрудничество**

##### *Финландия – YLE Extrem Web*[\[1\]](#)

Излъчващият на шведски език младежки радио канал на YLE Радио Extrem (X3M) откри нов вид място за срещи на публиката си по интернет през май 2004 година. Това е сайт, където основното съдържание е създадено и генерирано от потребителите на сайта. За участие се изисква регистрация и съблюдаване правилата на общността. В рамките на по-малко от една година за членство в уеб общността се регистрират над 5 000 млади хора от говорещото шведски малцинство във Финландия. Популярността на услугата надмина всички първоначални очаквания и днес членовете на общността наброяват над 25 000.

Повечето потребители са млади хора на възраст между 14 и 25 години, но има и някои по-възрастни потребители. Много са начините за участие в онлайн живота на общността: можете да имате дискусии в различни клубове с други потребители за различни предмети или може например да пишете свои собствени уеб дневник. Една от целите е да се предложи на младите хора анонимен дискуссионен форум, където може да се говори също за чувствителни и трудни въпроси. Но YLE Extrem, разбира се, също така се опитва да увеличи лоялността и ангажираността на аудиторията с услуги на YLE чрез тази мрежова платформа.

Очевидно е, че тази директна връзка с публиката помогна на YLE Extrem да оцелее и да продължи предаванията си по FM през ноември 2007 година. По това време главният изпълнителен директор на YLE, Mikael Jungner, обяви, че компанията вероятно ще затвори аналоговите предавания на радио YLE Extrem по FM и ще премести част от услугите в интернет, за да се спестят пари. Този план бе отменен след силен обществен протест както от публичния сектор, така и от политиците - и дори демонстрация на млади хора пред централната сграда на YLE в Хелзинки. Резултатът е, че бе затворен друг канал, а не YLE Extrem.

##### *Франция-Германия – ARTE – открита платформа*

Във френско-германския обществен електронен оператор ARTE се прокарва забележителна практика. В ARTE Radio ([www.arteradio.com](http://www.arteradio.com)) OEM използва творчески лицензен подход за цялото съдържание. Особено интересен е характерът на открита платформа на тази програма. Слушателите са продуценти, които предоставят материали, които се публикуват на сайта. ARTE осигурява пространството и съдържанието се публикува с амбицията да се изгради общо партньорство между автори, които са същевременно потребители, и собствената продукция и работа на ARTE. Впечатляващо е,

че операторът осъществява това с 3,5 служители и деклариран годишен бюджет от 175 000 (по данни от 2007 г.).

ARTE Radio е интернет радио по заявка. То се обслужва от френската страна на френско-германската OEM. Предлагат се огромно количество доклади и аудио файлове, стриктно с нетърговска цел и без реклама. Интернет радиото не предлага никаква музика или коментари, а по-специални звуци, композиции, монтаж, миксове. Продукциите обикновено са направени от самите слушатели (понякога в сътрудничество с персонала на радиото) и след това пуснати онлайн, след процес на подбор. Всяко публикувано произведение бива заплатено от радиото. Кратките аудио файлове обикновено засягат теми от ежедневието - партньорство, политика, света, въображение и литература - и се очаква да бъдат смешни, емоционални, образователни или закачливи. Аудио файловете винаги се представят с името на автора, категорията на произведението, датата на публикуване и кратко описание на съдържанието на файла.

#### Германия – ARD

Последният пример, който се предлага в обхвата на дейностите на ARD е предаването "Hart aber fair Faktencheck" – политическо токшоу. Предаването има един от най-популярните формати за занимание с политически въпроси в Германия. То достига до 4.72 милиона зрители средно на предаване, което се отнася до 18,5% от пазарния дял. Поради огромната си популярност, шоуто е спечелило няколко награди. При него самостоятелни експерти изследват степента на истината /коректността/ на коментари, които са били направени по време на телевизионното предаване. Тези прегледи са достъпни в интернет един ден след излъчването на шоуто. Експертните прегледи са класифицирани в три категории в зависимост от валидността на даден коментар: зелен знак плюс означава, че твърдението, отправено по време на телевизионното предаване е напълно вярно; жълт кръг предполага, че твърдението е отчасти правилно и червен знак минус показва, че е с невярно твърдение. Въпреки че класирането само в три категории понякога изглежда твърде повърхностно и коментарите могат да бъдат извадени от контекст, то позволява на потребителите да направят общ преглед на твърденията, които са били направени по време на телевизионното предаване. Освен това, на заинтересованите групи се дава възможност да добият представа за доверието към участниците в дискусията и поради това се увеличава прозрачността в политическите въпроси. В допълнение, тъй като участниците знаят за тази онлайн услуга, те са насърчени да дават ясни отговори и по съвест.

#### Германия – ZDF

Освен традиционните предавания, ZDF предлага няколко онлайн услуги, свързани с излъчваната програма. Наред с други дейности, ZDF обслужва няколко чата и блогове, които представляват платформа за заинтересованите групи, които да обсъждат ежедневно актуализирани новини и въпроси. За да се избегне появата на нерегламентирана област, от ZDF са определили задължителни насоки за използването на тези чатове и блогове и са наложили правила за поверителност на данните - например, коментарите трябва да бъдат на английски или немски език; чатове и блогове се основават на принципа на демокрацията; потребителите трябва да зачитат свободата на изразяване и така нататък. Освен това, чатове се контролират от ZDF, с цел да се гарантира справедлива и правилна дискусия.

#### Латвия - Обществена телевизия и радио

##### Младежки програми

В латвийската телевизия ежедневното младежко предаване "SeMS" е един от пионерите за интерактивност. Тук понятието SMS вече е кодирано в заглавието на програмата.

В "SeMS" на зрителите се дава възможност да дискутират онлайн чрез SMS, да изразяват мнението си по тема от програмата, както и по всяка друга интересна за тях тема. Излишно е да се споменава, че при тази форма на комуникация възникнат няколко

проблема. Най-големият проблем изглежда, че е много трудно да се поддържа известна дискусия сред младите хора, при поставени от програмните продуценти ограничения.

Въпреки това, съобщенията чрез SMS не са единствената интерактивна връзка между "SeMS" и публиката. Програмата разполага със своя собствена интернет страница (виж <http://sems.ltv.lv/>), където може да се намери много допълнителна информация за програмата и нейните водещи теми. На сайта, младите хора са поканени да изпратят въпросите си, на които се отговоря по време на следващите предавания. Повечето въпроси са много актуални и доста открити. Това помага да се разбере лоялността на младите хора и желанието им да намерят отговори на важни въпроси.

Културни и развлекателни програми с високо ниво на интерактивност

Латвийската телевизионна програма "100 грама култура" трябва също да се спомене по-подробно. Въпреки че културната тема има по-скоро консервативен характер в латвийските медии, този програмен цикъл се произвежда в доста съвременна форма, с опит да се променят общественото мнение по отношение на културата като нещо закостеняло, сериозно и понякога скучно. Формата на предаванията отговаря на следното намерение: използвайки онлайн гласуване за темата на деня, обществените медии се опитват да определят преобладаващото мнение на обществото по конкретни културни въпроси.

И накрая трябва да се споменат различните развлекателни и музикални програми, при които зрители и слушатели са насърчени не само да участват в оценяването на различни игри и състезания (като например Евровизия), но също така и да влияят върху съдържанието на програмите пряко като избират определено съдържание. Тези дейности се основават на изпълнението на желанията на публиката, но в същото време това е начин, как постепенно в програмите да се включват обикновено неотзивчивите зрители и слушатели.

#### Участие в награждавания

Ежегодно, латвийската телевизия организира гласуване и награди за най-добрите си програми. Въпреки че това е вътрешна дейност, през последните години се отдава по-голямо значение на зрителското мнение. Сега зрителите участват в процеса на номинация, както и при оценката на кандидатите. Всъщност, почти всички основни награди се присъждат на базата на гласовете на зрителите.

#### Словения - Обществено радио и телевизия

Специални програми за нуждите на етническите групи и словенци, живеещи в чужбина RTV осигурява специални предавания, предназначени за автохтонни и етнически малцинства. Предаванията за защита на малцинствата са произведени, независимо от сравнително малкия брой на хората, които ги гледат в съотношение с общия брой на населението. Италианската национална общност (програми се излъчват от регионалното студио в Копер/Каподистрия) може да се гордее със своите 24 часови радио- и 10 часови телевизионни програми на италиански език (всеки ден), докато унгарското малцинство разполага с нов и модерен център за радиоразпръскване в Lendava / Lendvai, където се произвежда 18 часова радио програма на ден и 60 минути всекидневно телевизионно предаване. Освен това, налице е и седмична радио- и телевизионна програма за етническите ромски малцинства (30 минути веднъж седмично).

Една особеност на тази програма е, че не се състои само от предаванията, изготвени от представители на малцинствата като адресати (въпреки че за всички тези програми съществуват и надзорни органи на място с мнозинство от членовете, идващи от тези етнически малцинства), но също така, че всички програми се озвучават или снабдяват със субтитри на обичайно говоримия словенски език като по този начин се предоставя информация и за мнозинството от населението и се насърчават разбирателството и

взаимодействието.

Необходимо е да се спомене, че има представители на други съседни народи, живеещи в Словения (сърби, хървати, босненци, македонци, албанци), най-вече от страните от бивша. Важно за медийната информация е свободният достъп до радио и телевизионни програми от техните нови страни, предоставяни от словенските кабелни оператори.

Модел за добро сътрудничество е това между регионалните центрове на RTV Словения в Копер/Каподистрия и регионалният център RAI за района на Фриули-Венеция Джулия (RAI 3), който всеки ден препредава директно новинарски предавания на своите регионални програми на италиански и словенски език (по две всеки ден), като по този начин не само се изгражда атмосфера на съжителство, повишава взаимния обем на предоставената информация, мотивират се взаимни контакти, но също така се осигурява по-добро разбирателство и зачитане на народите и живота по границата. В този контекст, съществува и проект за радио и телевизия отвъд националните граници на съседните страни (региони), Словения, Австрия, Италия, италианската част на Швейцария, Хърватска, Бавария и Унгария, който се нарича Алпи-Дунав-Адриа и през 2007 г. отпразнува своята забележителна 25-годишнина на непрекъснато сътрудничество, като по този начин се счита за най-дълготрайния проект за трансгранично сътрудничество в областта на обществените медии в Европа. Тази програма съживява демократичното участие на всички хора в една исторически бурна част на Европа.

Мултимедийният център (ММЦ) е нов медиен отдел в обществената телевизия RTV Словения и е създаден, за да развива нови медии. Отделът предоставя приложения и възможности, които позволяват взаимодействие с потребителя и участие чрез различни форми на изразяване - текст, снимки, аудио и видео; като творци и коментатори, писатели или фотографии и т.н. Част от това потребителски генерирано съдържание (UGC) се използва на специални уебстраници, посветени на UGC, както и част от него се вмества в официалните редакционни страници и дори радио- и телевизионни предавания. UGC е избрано въз основа на редакционни критерии и след това се добавя към официалните уебстраници. Части от него се излъчват в Infochannel (приложение с разделен екран), както и в различни телевизионни предавания.

Определен интернет портал дава възможност на потребителите да:

- Коментират и/или оценяват новинарските и телевизионни/радио предавания в интернет;
- Пишат новини, които се публикуват в раздела "Вашите новини". Някои части по-късно се избират от редакторите и се добавят към редовните новинарски блокове;
- Разговарят с интересни хора, като например спортни шампиони, известни личности и политици;
- Подават UGC, като например блокове, споделени видео и аудио материали и т.н., които също могат да бъдат публикувани на телетекст или върху редакционните части на интернет страницата или дори излъчвани по радио или телевизия.

В центъра също се предлагат интерактивни услуги като тестове и проучвания, а аудио и видео съдържанието е достъпно както в ефир, така и по заявка. Потребителите също могат да дават коментари за телевизионните и радио предавания.

## Швеция - Обществено радио

От гледна точка на разнообразието, SR предлага поле в интернет за радиопредавания, освободени от реклама и независими от политическо и икономическо влияние. Радиото е марка с високо доверие и се стреми да предложи демократичен форум както онлайн, така и чрез радио предавания. Примери за онлайн услуги за насърчаване на разнообразието, свободата на словото и демокрацията са:

- 1) Интернет-новини, предлагани в 16 различни езици чрез международната секция на сайта. Тази услуга има мултиетническа и мултикултурна насока и е предназначена предимно за имигрантите и малцинствените групи в Швеция;
- 2) Интернет-радио канали на финландски и Сами за тези две малцинствени групи:
  - по един интернет и DAB канал, наречени "Sisuradio" като всички програми са на финландски.
  - интернет-канал, наречен "SR Сами" с 24 часа на ден новини и програми на Сами, който е езикът на шведската малцинствена група;
- 3) Общността P3 звезда - една от най-популярните програми на SR "P3 звезда", насочена към младата аудитория;
- 4) Най-рискованата акция, правена някога във връзка с правителствените избори през есента на 2006 г.
- 5) Ring P1 („Обадете се на P1“) - форум, където хората се обаждат в предаването на радиото и имат думата по различни теми. Тази програма се предава на национално ниво, като се отделя и голямо внимание на уебсайта, създаден за нея.

#### Обединеното кралство - BBC

Според изследване на Superbrands Web, BBC е най-надеждната търговска марка в интернет. BBC стартират редица нови интерактивни услуги и проекти в опит да се запази актуалността и чрез обществените ценности да се достигне до интернет потребителите, например:

- Интернет сайт и podcasting за хора с увреждания;
- „Кажете си думата“ - част от уебстраницата, където потребителите могат да предложат теми за обсъждане;
- „Експеримент за изменението на климата“ - в партньорство с Оксфордския университет – потребителите се приканват да участват в най-големият проект за прогнози световния климат, който допринася за дебата за глобалното затопляне.
- „Един ден в Афганистан“ - проект, иницииран от BBC News Interactive, показващ картини в Афганистан, заснети от хора от цел свят. Изобразяват се на хората, които живеят в лоши условия, чрез снимки от мобилен телефон и т.н., предоставени от потребители. По този начин се повишава осведомеността относно условията на живот в други страни и в същото време се засилва журналистиката на BBC, която интегрира UGC.
- „На живо от Етиопия“ – проект за UGC, при който се предава на живо от Етиопия без определен дневен ред. Програмата се определя от читателските въпроси, предоставени по електронна поща, а селяни разказват своите истории директно, като се използва обикновена техника - лаптоп, цифров фотоапарат и сателитна връзка. В същото време репортер на BBC предава даденото събитие за телевизията на BBC и World Service – по този начин BBC демонстрират по-интерактивна журналистика.

#### Обединеното кралство - различни обществените медии

Малко вероятно е да има широка ангажираност на хората в обществения дебат ако се чуват само основните гласове. Местните малцинства имат свои виждания, които са отразени с конкретни услуги, насочени към техните региони (напр. BBC Уелс, BBC Шотландия; S4C), както и с програми на уелски език и Gaelic. Тези услуги осигуряват повече акцент върху въпроси от значение за съответния район. Следва да се отбележи обаче, че младите хора и хора от други малцинствени групи са освободени от предоставяне на новини, и възприемат основните доставчици на новини като не безпристрастни.

Цифровото предимство може да предостави повече възможности за местна телевизия, въпреки че се забелязва критика от страна на Ofcom, които предлагат подход, който



обвързва интересите на обществените оператори с пазарното разпределяне на освободения спектър.

Радио станциите от регионален мащаб обикновено предават регионални и местни истории. Обичайна практика на радио програмите (както на BBC, така и на търговските радиостанции) е сегашният модел на телефонни включвания, въпреки че степента, до която това насърчава участието на публичната сфера, а не повторение на дълго държани възгледи е спорен. В предаването „Groundswell“, вероятно по изключение, се подпомагат местните общности в организиране на дебати по въпроси от квартала, като последвалата дискусия се излъчва в ефир. Този програмен модел е ориентиран към гражданските въпроси и показва ангажираност от страна на публиката.

## **Демократизация**

Европа и отвъд – съвместен проект на OEM *„Защо демокрация?“*

*„Защо демокрация?“* е съвместна продукция на обществените радио-и телевизионни оператори от цяла Европа и света. Това е документален проект, използващ филми, за да се започне световен дебат относно демокрацията.

От октомври 2007 г. на разположение в най-голямата някога в света фактическа медийна платформа са десет едночасови и 18 късометражни филма, съсредоточени върху съвременната демокрация. Повече от 40 оператори от всички континенти са участвали в проекта, с приблизителна аудитория от 300 милиона зрители.

Филмите са направени от независими наградени режисьори от целия свят, включително Китай, Индия, Япония, Либерия, САЩ, Боливия, Дания, Афганистан, Египет, Пакистан и Русия. Темите на филмите имат широк и задълбочен поглед към света, в който живеем днес.

Германия - ARD - *"50 години Европейски парламент"*

Това е пример за онлайн игра с публичен характер на услугата.

Германия - ZDF - *"LOGO!"*

Тази програма осигурява новини за деца с много обяснения и обща информация на такова ниво на езика, каквото е необходимо с цел децата да го разберат по начин, който е подходящ за техните интереси.

Германия – *Deutschlandradio*

Deutschlandradio е обща корпорация на ARD и ZDF, предлагаща така наречения Евро-блог (<http://euroblog.dradio.de/>).

Латвия - *Обществена телевизия и радио*

В страна, в която демокрацията е само на 20 години, е много важно, че обществените медии помагат на населението да се разбере същността и възможностите на демократичната система, достъпни за всеки гражданин на страната.

Важна група програми, където обществените оператори най-активно насърчават процеса на демократизация на обществото, са социално-политическите предавания, като дискусии, talkshows и аналитични предавания.

Полша – *TVP*

TVP допринесе за насърчаване на демокрацията като:

- Стартира Bielsat Channel, сателитен канал за насърчаване на демократичните ценности и

човешките права в Беларус (предаванията се излъчват всеки ден на белоруски);

- Стартира новинарски канал "TVP Info" и слотове за планиране, които:

- 1) Откриват възможност за синдикатите и работодателските организации да представят позициите си по ключови обществени въпроси;
- 2) Откриват възможност за политическите партии да представят позициите си по ключови обществени въпроси;
- 3) Дават възможност на висшите държавни органи директно да се представят и обяснят държавната политика;
- 4) Осигуряват възможности за излъчване на програми за изборите от участниците в предизборната кампания.

### Словения - Обществено радио и телевизия

Няколко са предаванията и услугите, които предоставят широка демократично участие като част от програмите на RTV Slovenija.

#### *Радио програми, отнасящи се до въпроси от значение за демокрацията*

Например втората пълна програма на Радио Slovenija (Програма 202) не се основава само на концепцията за установяване на контакт, но също така постоянно предоставя възможности на слушателите да участват пряко в създаването на предаването.

Друг пример за такава интерактивност е предаването "Студио в 5" излъчвани по първата програма на Радио Словения. Това е предаване за възможността за пряк диалог с членовете на обществените служби, които трябва, в рамките на шоуто, да отговорят на въпроси, представени от слушателите и да отговорят на техните критики.

### Обединеното кралство - BBC - Цифрова демокрация

От BBC са създатели на инициатива, наречена Цифрова демокрацията. Това е уеб-базиран проект с цел отваряне на диалога с потребителите за демократичните институции, т.е. институциите на Обединеното кралство и Европейския парламент. Целта на проекта е да:

*"[...] Създаде насока за най-доброто политическо съдържание от BBC и трети страна в мултимедийна галерия, която предлага удобен достъп до съдържание на запис и на живо, и на съдържание от дебати в Уестминстър, Шотландия, Северна Ирландия, Уелс и Европейския парламент. Услугата ще се стреми да предоставя по-достъпна, по-интересна и по-ангажираща информация относно институциите, техните представители и ключови въпроси."*

## Заклучения

На базата на примерите от Европа, докладът показва, че OEM добре осъзнават ролята си за насърчаване на демократичното участие на гражданите и важността ѝ като причина за специалния им статут в европейския медиен пейзаж. Някои държави членки са приели необходимостта от точно формулиране на тази роля и във връзка с това включват

конкретни задачи в обществената мисия на своите OEM. Докато в други държави може и да няма точно споменаване на подобно задължение, съществува ясното разбиране, че задължението на OEM да информират обществото носи със себе си изключително значение за демократичните процеси и общественото участие в тях.

От доклада също личи това, че стратегиите, използвани от OEM, все повече отчитат възможностите, които новите технологии откриват. Това варира от използването на допълнителния спектър, който се открива при цифровизацията (което ще направи по-лесно излъчването на канали от специален интерес), до улесняването на публичния достъп до нелинейни програми и други все по-интерактивни услуги (като например предавани по интернет или по заявка).

Въпреки това, някои от споменатите примери показват, че поради лекотата за ползване и често сравнително ниската цена на някои от новите услуги, които при традиционните предавания единствено OEM са имали възможност да предоставят, сега се предлагат с лекота и от частни търговски и нетърговски оператори. Например, описаната машина за избори днес спокойно се предлага в много европейски страни от различни оператори. Не е немислимо също така, че в близко бъдеще ролята на OEM би могла да включва даването на начален тласък на някои нови оригинални предложения, след което да ги предостави за разпространение на други субекти. Някои други примери показват единични предложения, които временно предоставят критически поглед върху позиции по политически въпроси, предлагани от правителства или политически партии (като например датския „тест за асимилиране на гражданство“).

Не може да има съмнение, обаче, че информирането на обществото по честен, обективен и достоверен начин по политически и всякакви други въпроси, по които трябва да бъде информирано, ще продължи да е една от най-важните задачи, чрез които OEM биха могли да допринесат за насърчаването на демократичното участие на отделните представители на тяхната аудитория, а също така и да използват по полезен начин новите технологии за комуникация. В този смисъл трябва да се отбележи, че повечето разгледани предложения имат силна основа в традиционните предавания. Споменати в доклада идеи, като например граждански блокове по време на предизборни кампании, изглежда са доста полезни.

Примерите, които в дългосрочен план показват възможните начини за насърчаване на демократичното участие на гражданите, включват:

- отделни парламентарни канали, даващи на зрителя сведения от първа ръка по въпросите, които се дискутират и решават от законодателя;
- предлагане на новини и информационни програми „on-demand“ (при поискване);
- предлагане на допълнителна информация по интернет за телевизионни и радио предавания;
- предавания за млади хора, особено по предпочитаните от тях технически източници (интернет, мобилни телефони), които спомагат за тяхното критическо отношение към демократичните процеси и тяхното медийно отразяване;
- обективно отразяване на предизборните платформи, което увеличава прозрачността на политическите процеси (чрез сравнителен анализ на партийните позиции например) и също предлага на зрителите, слушателите и потребителите възможността да обсъждат, правят коментари и разменят мнения;
- игри за потребителите, които им помагат да добият опит за политическата система и тънкостите на политическите действия (което е полезно за младите);
- специфични предложения (като интернет програми и интернет радио), чиито адресати са онези граждани или чуждестранни жители с друга националност, и които поради различни причини (като например езикова бариера) не следят обичайните медии, като по този начин се информират и тези групи от населението относно въпросите на демокрацията и политиката;

- международни или паневропейски проекти за сътрудничество, които набелязват демократични проблеми.

Една от важните идеи, произлизащи от този доклад е, че, предвид съвременното развитие на медийния пазар, комуникационните технологии и платформи, интересите и очакванията на обществото, и за да се поддържа и съживява незаменимата роля на медиите в демократичните общества, обществените медии нямат друг избор освен да се стремят да са близо до хората. Това трябва да става главно чрез насърчаване на широк демократичен дебат и участие, с помощта освен всичко друго и на новите интерактивни технологии, което предлага на обществото по-висока степен на ангажираност в демократичните процеси.

ОЕМ биха могли да играят значима роля за образование на активните и отговорни граждани, като предоставят не само качествени програми, но също така и поле за публичен дебат, който е отворен за разнопосочни мнения и убеждения в обществото, а също и платформа за разпространяване на демократични ценности. В същото време ОЕМ трябва да осигуряват адекватна информация относно демократичната система и демократичните процедури и трябва да насърчават участието не само в избори, но и в процесите на вземане на решения и в обществения живот като цяло. Съобразно с това, една от ролите на ОЕМ трябва да е свързана с подхранването на гражданския интерес от обществени въпроси и насърчаването на гражданите да вземат по активна страна.

Предложените примери в доклада показват, че, за да се постигне перспективата за демократично участие на гражданите, ОЕМ трябва да адаптират стратегиите и вътрешните си правила към новите технологични и социални условия. Държавите членки, от своя страна, трябва да определят ясен обществен ангажимент (мисия) за ОЕМ и да осигурят подходящи условия, които да позволяват използването на новите технически и технологични средства за по-добро изпълнение на този ангажимент и за адаптиране към бързите промени в текущата медийна и технологична обстановка, както и към изменения в поведението на зрителската и слушателска аудитория и нейните очаквания.

За постигането на тези цели се оказва, че ОЕМ трябва все повече да избягват едностранната комуникация в полза на подсиления диалог и да предоставят на обществото както достъп до разнообразна информация, така и възможност за включване и участие в демократичния диалог. За да останат адекватни към днешната медийна обстановка, те ще трябва оригинално, бързо и решително да се възползват от новите технологични възможности. Също така ще трябва упорито да се стремят да се разграничават от останалите медии, което може да им наложи готовността да правят промени когато се установи, че тази отличителност се загубва.

Успехът на ОЕМ за постигане на целите си също зависи от степента, до която са способни да привлекат онези граждани, които често се оказват извън политическите процеси. Ето защо е необходимо ОЕМ да работят по различни платформи и да оформят различни услуги, включително услуги на различен език, там където се налага достигане на национални малцинства или имигранти. Също така се препоръчва ОЕМ да са предпазливи и балансирани в опитите да привлекат аудитория, която не желае да отделя твърде много време и енергия по сложни въпроси, за да се избегне риска от прекалено опростяване и загуба на отличителността. Ако може да се преодолее тази дилема, ОЕМ биха имали интерес към мобилните услуги, въпреки че работната група не открива много такива примери в областта на демократичното участие.

Съветът на Европа ще продължи да следи ролята на ОЕМ за насърчаване на демократичното участие на гражданите като редовно оценява потенциала на новите технологии и еволюцията на средствата за масово осведомяване, като посочва примерите за добри практики. Също така е възможно, ако това е необходимо, да се изработи инструмент за стандартизация в подкрепа на държавите членки при определяне мисията на ОЕМ във връзка с подпомагането на демократичното участие и тяхната обща политика по този въпрос.

[1] <http://www.yle.fi/extrem>; <http://yle.fi/yleista/kuvat/2004vuosikertomus.pdf>.