

БЪЛГАРИЯ

НОВИНИТЕ В ПРАЙМ ТАЙМ: БНТ & БТВ

България постигна голямата си стратегическа цел като стана пълноправен член на Европейския съюз на 01.01.2007 година. Независимо от този факт обаче, страната все още има да решава редица проблеми, свързани с подобряване на законодателството, ускоряване на реформите в правораздаването и съдебната система, намаляване на нивото на корупцията и засилване на капацитета на държавната администрация – все области в които са налице редица дефицити по отношение на изискванията и стандартите на Европейския съюз. В този смисъл съвсем очаквано е и медиите в България да разглеждат посочените по-горе теми като централни и непрестанно присъстващи в общественения дневен ред. Едва ли ще е преувеличено обаче ако се каже, че българските медии по-скоро се концентрират по линията на забавлението и жанра “reality шоу”, както и с разширяване на рекламните си пазари и засилване на медийна концентрация. Едва след това идват темите и проблемите на деня. Настоящият анализ се спира на основните въпроси, пред които са изправени днес българските медии, като във фокуса са централните новинарски емисии на двете най-големи и най-гледани телевизии БНТ и БТВ. Представени са и резултатите от мониторинг на тези програми за месец април 2007.

Поглед към българския телевизионен пазар

Постижения

Сред безспорните постижения следва да се отбележи възходящото развитие на медийния пазар, отчетливо положително за последните няколко години. Причините са стабилният икономически растеж, бумът в рекламния бизнес и данъчните реформи и облекчения, оказали позитивно въздействие върху всички сектори, включително и по отношение на медиите.

За последните десет години медийната индустрия в България бележи динамика и прогрес. Най-ясно това се забелязва при търговската телевизия с национално покритие БТВ, сочена като най-бързо развиваща се сред всички канали по света, собственост на News Corp. Липсата на финансови пречки, както и на политическа или икономическа манипулация в програмното съдържанието на частните електронни медии, характерни за деведесетте години на миналия век, определено подпомогнаха бурното възходящо развитие на сектора. Така чрез реклама, продажби и спонсорство годишният растеж през 2006 надхвърли 50% спрямо предходната година, като подобен, ако не и по-висок ръст се очаква и за тази. Наред с това наличното медийно законодателство, както и

приетият Етичен кодекс на българските медии спомагат за професионалното и съобразено с нормативната рамка излъчване на реклами.

Сериозен фактор за положителното развитие на медийния пазар е и практически неограниченият достъп до информация от агенции и международни новинарски източници, които имат журналистите в България. Нужно е да се отбележи и сериозният ръст, който бележи развитието и разпространението на достъпа до Интернет.

Положителни, макар и по-трудни, са промените по отношение на достъпа до обществена информация в България, дължащи се най-вече на подобрените умения на журналистите и натискът, който те постоянно налагат върху представителите на държавните институции на всички нива. Осъзнатите възможности, предоставяни от иначе недокрай перфектния Закон за достъп до информация, определено оказаха сериозно положително въздействие върху „четвъртата власт“, която все по-често започва да се възползва от правото си да дава под съд държавните чиновници за отказ за предоставяне на данни.

За възхода на медиите ключова роля изигра и острата конкуренция на пазара, принудила операторите да търсят все повече и нови жанрове и да разширяват творческия си репертоар. Може да се направи заключението, че днес телевизионните програми не са дисбалансираны, осигуряват плурализъм на гледните точки, но все повече и повече вървят по посока на забавлението, представено от реалити формати и игри. И независимо от факта, че тези формати не засягат силно новините и актуалните информационни предавания, времето за публицистика все повече и повече се стеснява, за сметка на развлекателните жанрове.

Положителна тенденция в развитието на медиите в България оказва и обстоятелството, че достъпът до журналистикческата професия е практически неограничен. Немалко изследователи обаче са на мнение, че този факт носи и негативни последици, видни в ниското качество на програмите на много оператори, особено местни и регионални. Голяма част от тях са принудени или просто се оказват винаги готови да правят компромиси с човешката и професионалната съвест в името на това да получат повече приходи или да улеснят ежедневните си отговорности.

Заплащането на журналистическия труд е относително високо, в сравнение с повечето други професии, но това важи основно за централните печатни и електронните национални медии. Водещите професионалисти, работещи за тях, получават неколкратно повече от средния доход за страната. Съвсем друга е картината в малките местни станции и печатни издания, където журналистите буквално кретат малко над границите на минималната заплата. На подобни места собствениците буквално си играят със служителите си, превръщайки ги в заложници на собствените си желания и интереси – факт, водещ до чести промени на работното място, отлив на квалифицирани журналисти от професията и чести преминавания към други професии, най-вече към PR.

И накрая, следва да се отбележи обстоятелството, че големи търговски телевизионни станции, като БТВ или Нова телевизия, например, все повече и повече използват пазарните проучвания при съставяне на програмното си съдържание. Тази практика е все още относително нова за България, тъй като не е характерна за малките и средните оператори. За прецизното формулиране на дългосрочни стратегии пречка е и липсата на надеждни агенции за рейтинг – към момента компаниите, предлагащи пийпълметрични изследвания са само две - TNS и GFK(GARB), представяни от местни партньори. Дори и тяхната обективност често се поставя под въпрос, поради ширещи се слухове за наличие на специфични интереси в медийния и рекламния бизнес на техните собственици.

Предизвикателства

Сред основните проблеми на медийната индустрия в България се сочи неспособността на законодателната рамка да решава ефективно въпроси, свързани с политическата и икономическата независимост на медиите, както и да подпомага пълноценната роля на обществените електронни медии и техните функции в условията на демократичната държава. Това е твърде важно, като се има предвид че в заключенията на Media Sustainability Index, IREX за 2005 и 2006 се посочва, че в България медийната свобода постоянно е провокирана от търговски и корпоративни, а понякога и от политически интереси. В този контекст подобряването и ефикасното прилагане на медийното законодателство, и необходимостта от промени в Закона за радиото и телевизията (ЗРТ), в частност по отношение на основния регулатор Съвета за електронни медии (СЕМ) остава задача, чието решение все още предстои.

Друг проблем на българската медийна среда произтича от процеса на лицензиране на радио и телевизионните оператори. Замразеното лицензиране в продължение на няколко години, независимо че бе възобновено преди осем месеци, доведе до ситуация, в която оператори, работещи с временни разрешения за дейност, се оказваха в по-благоприятна обстановка от онези, които бяха изпълнили всички изисквания на процедурата. Блокираният лицензионен процес, спрян през 2001 чрез решение на Парламента да не се издават лицензи за дейност до приемането на цялостна Стратегия за развитие на радио и телевизионния сектор, създаде условия да работят станции, чиито разрешения бяха изтекли, но поради невъзможност да бъдат подновени, те продължаваха да се считат за валидни. И вакуумът, предшествал възобновяването на издаването на разрешения, последствие от приетата през 2005 Стратегия, предизвика основателни съмнения в способността на медийната регулация в България да работи ефективно за развитието на модерна бизнес-среда в медийния сектор.

Не е голям напредъкът и по отношение на еднаквото третиране на търговските и публичните оператори. Трансформиращите в обществени медии някогашни държавни

радио и телевизия на моменти се превръщат в цел на интереси, застрашаващи редакционната им независимост. Все още финансирани пряко от държавния бюджет, тези медии остават потенциален обект на манипулация, възможна за осъществяване чрез избора на генералните им директори. Според ЗРТ ръководствата на Българското национално радио (БНР) и Българската национална телевизия (БНТ) се избират от СЕМ, чийто членове от своя страна се назначават от Парламента и от Президента.

Медийната ситуация в България се усложнява допълнително от начина, по който се решават спорове по отношение на обида и клевета. Независимо че вече санкциите за тях не предвиждат лишаване от свобода, обвинените по тях лица трябва да защитят невинността си, чрез доказване на истинността на техните твърдения. Това нерядко е изключително сложна задача, като се вземе предвид фактът, че действията на публичните личности в България не са достатъчно прозрачни.

Налагането на авто-цензура е друг сериозен проблем, пред който са изправени българските журналисти. Причините за нея са по-скоро икономически, отколкото от политическо естество. Обстоятелството, че медиите са притежание на отделни собственици или на бизнес-групи, наред с политическите и/или търговски интереси на тези собственици, води до пряка връзка с редакционното съдържание. Като резултат, критично отразяване на определени лица или кръгове става проблем, автоматично влияещ и върху пазарните отношения в медиите. И ако практикуването на авто-цензура в големите национални и централни медии е по-трудно доловимо, тя ясно се чувства в по-малките населени места при малките местни и регионални електронни оператори и печатни издания. В този смисъл явлението авто-цензура вече години наред се оказва сложен проблем, чакащ своето решение.

Обществената роля на БНТ е друг сложен момент от българската медийна действителност, пряко свързан с управлението и програмната политика. Публичният дебат за обществените електронни медии показва ясен консенсус по отношение на необходимостта от предефиниране на принципите, според които тези оператори следва да се ръководят, но не и за начините, по които принципите могат да се прилагат на практика. Българският модел на обществена телевизия, прилаган от БНТ, не е свързан с предлагането на съдържание, обслужващо обществения дневен ред и насочено към групите, оставащи извън обсега на интереса на търговските оператори, а е по-скоро широко профилирано, целящо масовата аудитория. И не е странно, че програмните лицензи за дейност на трите телевизионни оператори с национално покритие БНТ, БТВ и Нова телевизия показват прекалено много общи характеристики, що се отнася до теми и тематични квоти, и развлекателната насоченост заема все повече и повече територии.

Законът за радиото и телевизията позволява на търговските оператори да се определят и като изпълняващи „обществени функции“, в случай че предлагат предавания в служба на обществения интерес. За съжаление броят на такива

оператори е силно ограничен, поради малкото възможности, предоставяни от висококонкурентния медиен пазар. Несъществуващият на практика Фонд за обществени радио и телевизия (набиран от такса, плащана от потребителите за радио и телевизия), независимо, че е регламентиран по ЗРТ, не позволява ефективното развитие на програмите, отнасящи се до обществения интерес. Това обяснява лесно и причините, поради които програмите, насочени към граждани, чиито майчин език не е българския, или такива, предназначени за хора с увреждания или групи в неравностойно положение, да се броят буквално на пръсти.

Телевизионен пазар

Радио и телевизионната дейност в България е сред най-либерализираните сектори в икономиката. По данни от Съвета за електронни медии от 2006 в страната са лицензирани 203 телевизионни (седем наземни и 196 кабелни и спътникови) и 143 радио станции.

Към настоящия момент в България действат три наземни телевизионни оператора, лицензирани за национално покритие – Нова телевизия, БНТ и бТВ, всяка от които покрива над 90% от територията на страната (Нова ТВ-91%, БНТ и бТВ – по 98%).

Пазарният дял на тези оператори е както следва:

БНТ – 19.2%

бТВ - 32%

Нова ТВ - 24.8%

За останалите основни телевизии дяловете са съответно:

Планета – 3.3%

Диема + - 2.7%

Евроком София – 1.4%

Диема 2 – 1.4%

СКАТ – 1.3%

МСАТ – 1,2%

Александра – 1%

ТВ Европа – около 1%

Според пазарните проучвания на аудиторията дялът на бТВ варира между 30% и 40% през деня, за Нова ТВ – съответно между 15% и 25%, и за БНТ- между 5% и 10%. Някои изследвания дават данни, че бТВ се предпочита от около 50% от хората в страната, докато Нова ТВ се търси от малко над 20%. За БНТ цифрите са 15-17%.

И двете национални търговски телевизии бТВ и Нова ТВ са притежание на чуждестранни собственици. В България ограничения за чуждестранна собственост в медиите не съществуват. Като резултат от това в страната са представени големи

чуждестранни компании като News Corporation, Antenna Group, Metromedia Group и други, факт, допринесъл сериозно за динамичното и възходящо развитие на медийния бизнес. Силната конкуренция в сектора, наред със стремежа да се придобият все по-големи дялове от рекламния пазар, тласка развитието на нови формати и жанрове, при това – с високо качество, поне що се отнася до най-големите оператори.

Разгледаната в настоящия анализ търговска телевизия бТВ, е първата частна национална телевизия в България, лицензирана през 2000, притежание на 100% от компанията на Рупърт Мърдок News Corp., известна с дейността си в областта на телевизионния, издателския и филмовия бизнес.

Според годишните доклади на News Corp., нейният български клон Balkan News Corporation е най-динамично развиващият се, успял да удвои годишните си печалби за 2001 и 2002. По данни за печалбите на медийния пазар bTV отдавна е далеч преди изданията на немския концерн WAZ, притежаващ най-тиражните вестници в страната.

Програмни задължения

Обществена телевизия

Изисквания на лиценза за дейност

Българската национална телевизия е най-големият нетърговски обществен телевизионен оператор в страната. Независимо че Законът за радиото и телевизията предвижда програмни задължения и принципи за дейност, еднакви за публичните и за частните оператори, за програмното съдържание на БНТ съществуват и специфични изисквания, в качеството ѝ на обществен оператор. Общите задължения за електронните медии са:

- Да предлагат програми за всички граждани на Република България;
- Да подпомагат развитието и популяризирането на българския език и култура, както и на езика и културата на гражданите в съответствие с етническата им принадлежност ;
- Да осигуряват чрез програмите си достъп до националното и европейско културни наследства;
- Да включват в своите програми предавания, които информират, образоват и забавляват;
- Да въвеждат новите информационни технологии;
- Да отразяват различните идеи и убеждения в обществото чрез плурализъм на гледните точки във всяко и всички информационни политически и икономически предавания;

- Да съдействат за взаимното разбирателство и толерантност между хората;
- Да създават възможност за всички граждани да получават информация, свързана с официалната позиция на държавата по важни въпроси от обществения живот.

Българската национална телевизия е задължена по закон да предоставя незабавно и безвъзмездно програмно време за официални съобщения на представители на органите на държавната власт при случаи на бедствия или на непосредствена заплаха за живота, сигурността и здравето на населението или на отделните граждани. Право на безплатно обръщение по БНТ имат Президентът на Републиката, Председателят на Народното събрание, Министър-председателят, Главният прокурор и председателите на Конституционния съд, Върховния административен и Върховния касационен съд.

По решение на Народното събрание БНТ е длъжна незабавно и безвъзмездно да предостави програмно време за пряко предаване на пленарни заседания. Това право се използва много често, но всички проучвания на общественото мнение и изследвания на аудиторията сочат, че слушателите намират тези предавания за скучни и зрителският интерес към тях е нисък. В същото време тези предавания затрудняват спазването на предварително обявената програма и обременяват бюджета на операторите.

Според изискванията на ЗРТ продуценти на актуални информационни и публицистични предавания в БНТ могат да бъдат само нейни служители, клауза често критикувана от експерти и професионалисти, тъй като ограничава редакционната независимост.

За БНТ конкретните програмни задължения са определени в програмния ѝ лиценз:

- новини - не по-малко от 5.1% от общото дневно програмно време. Не по-малко от 15.6% от общото програмно време на новините трябва да бъде отделено за регионални новини, а не по-малко от 0.7 % от тях трябва да бъде придружено с превод за хора с нарушен слух;
- актуални програми – не по-малко от 16.6% от общото седмично програмно време;
- образователни програми – не по-малко от 3.7% от общото седмично програмно време;
- културни, научни, религиозни и др. програми-не по-малко от 4.7% от общото седмично програмно време;
- програми за деца и младежи – не по-малко от 7.6% от общото седмично програмно време;
- програми за интеграция на групите в неравностойно положение или изложените на риск - не по-малко от 1.8% от общото месечно програмно време;
- програми за български граждани, чиито майчин език не е българският - не по-малко от 0.3% от общото годишното програмно време;

- Европейска и българска продукция - не по-малко от 74.9%, като делът на българската продукция да не е по-малко от 43.5%;
- собствена продукция - не по-малко от 36.7% от общото годишно програмно време;
- предавания на независими продуценти - не по-малко от 10% от общата годишна продукция;
- допълнителни програмни изисквания - новини на турски език;
- допълнителни услуги – ТЕЛТЕКСТ.

Търговски оператори

БТВ

Изисквания на лиценза

Законът за радиото и телевизията налага определени изисквания, както върху обществените, така и върху търговските оператори, с цел да се гарантират правата на аудиторията да получава точна и безпристрастна информация. Така всички оператори имат еднакви права за достъп до информация от държавните институции на всички нива, стига тази информация да не е обект на държавна тайна (Чл. 13 от ЗРТ). Проблем обаче представлява фактът, че нерядко информацията се предоставя на медиите с такова забавяне, че тя вече не е обект на обществен интерес. Има дори случаи, при които и след решение на съда за предоставяне на информация от институция на медиите, тя не е била давана. Подобна практика води до демотивация и затруднява работата на журналистите.

Законът за радио и телевизия предвижда, че при изпълнението на своята дейност търговските електронни медии следва да се ръководят от следните принципи:

- Гарантиране на правото на свобода на изразяване на мнение;
- Гарантиране на правото на информация;
- Запазване на тайната на източника на информация;
- Запазване на личната неприкосновеност на гражданите;
- Недопускане на програми, внушаващи нетърпимост между гражданите;
- Недопускане на програми, противоречащи на добрия вкус, особено ако те съдържат порнография, утвърждават жестокостта или насилието или разпалват расова, полова, религиозна или национална ненавист;
- Гарантиране на правото на отговор;
- Гарантиране на авторските и сродните им права;
- Защита на чистота на българския език.

Законът посочва, че програмите на радио- и телевизионните оператори се излъчват на официалния език (български), в съответствие с Конституцията на Република България.

Програми или дадени предавания, излъчвани по радиото или телевизията, могат да бъдат на други езици, в случаите когато:

- Това се прави с образователна цел;
- Те са предназначени за български граждани, чиито майчин език не е българският;
- Те са предназначени за слушатели в чужбина;
- Те ре-транслират чуждестранни радио или телевизионни програми.

Конкретните програмни задължения на БТВ, според изискванията на програмния ѝ лиценз включват:

- новини - не по-малко от 7% от общото седмично програмно време;
- информационно-коментарни предавания - не по-малко от 12% от общото седмично програмно време;
- образователни предавания – не-по малко от 7% от общото седмично програмно време;
- културни, научни, религиозни предавания и др. - не по-малко от 2% от общото седмично програмно време;
- предавания за деца и младежи - не по-малко от 10% от общото седмично програмно време;
- предавания, насочени към интегрирането на групи в неравностойно социално положение - не по-малко от 1% от общото месечно програмно време;
- европейска и българска продукция - не по-малко от 55% от общото годишно програмно време;
- собствена продукция - не по-малко от 26% от общото годишно програмно време;
- продукция, произведена от независими продуценти - не по-малко от 13% от общото годишно програмно време.

Според повечето проучвания bTV достига до същите възрастови групи в аудиторията, гледани от БНТ, тъй като предлага фиксирана програмна схема. За разлика от БНТ обаче, програмите на БТВ не само достигат до зрителите; аудиторията остава постоянна на тези програми и за последните 6 години телевизията е неизменен лидер на медийния пазар.

Анализ на мониторинга

Въз основа на посочените по-горе лицензионни изисквания и особености на развитието на двете телевизии БНТ и БТВ, и с оглед на резултатите от проведения по обща методология през месец април 2007 мониторинг на новините, излъчвани от тях в прайм-тайм, могат да бъдат открити някои тенденции и да се извлекат съответни изводи. Нужно е да се знае също така, че изводите са на базата на наблюдавани 150 новинарски единици от програмата на БНТ и на 188 за БТВ. Включените в мониторинга

предавания са „По света и у нас” в 20.00 на БНТ и „Часът на новините” от 19.00 до 20.00 по БТВ. Броят на гледаните емисии е осем и за двете телевизии, като времетраенето им за БТВ е 316 мин, а за БНТ-съответно 246 мин. Всички емисии на двете телевизии се представят от двама водещи – мъж и жена.

От наблюдаваните емисии става ясно, че и двете телевизии отделят близък процент от съдържанието си, посветено на случващото се в страната (извън столицата), 11% за БНТ и 14% за БТВ. Програмните задължения на БНТ обаче налагат този дял да е не по-малък от 15.6%. В този смисъл ако се приеме, че мониторираният период представлява достатъчна база за обобщение, съдейки само по централните новини излиза че БНТ леко се отклонява от изискванията на програмния си лиценз. Възможно е обаче този извод да се дължи изцяло на спецификата на проблемно-събитийния поток за дните на мониторинга. Така или иначе, за посочения период данните на мониторинга сочат, че БТВ представя по-детайлна картина на случващото се в страната. Обяснение може би дава и спецификата на аудиторията, към която БНТ се стреми в опитите си да привлече повече рекламодатели. В потвърждение на това говори и фактът, че рейтингът на новините на БНТ в рамките на програмите на тази телевизия, е по-нисък от този, на сапунените сериали, излъчвани от нея.

Тенденцията към по-популярни и предизвикващи масовия инетрес жанрове излиза на преден план и от анализа на още едни данни – тези за тематиката на новините. Изключително висок е процентът на теми, свързани с престъпността - 17% за БНТ и 19% за БТВ. Това говори ясно и за основните проблеми, пред които е изправено днес българското общество. И ако приемем тезата, че медиите са огледало на обществото, изводът е че българското общество е много болно, и не е случайно, че основните критики на Европейския съюз към България засягат съдебната система и вътрешните работи. От друга страна в качеството си на сериозен фактор, силно въздействащ при формирането на общественото съзнание и върху гражданската ценностна система, медиите рискуват в известна степен да банализират проблема с престъпността, превръщащи го в неотменно ежедневие. За това е много важно да се анализира постоянно начинът, по който българските медии показват престъпността и как това въздейства върху аудиторията, особено на децата и непълнолетните.

Още една сериозна база за сравнение между двете телевизии дава мониторингът и това е отразяването на партийната политика. За БНТ процентът на новините с такова съдържание е 21%, а за БТВ-11%. Възможно обяснение е зависимостта на БНТ от държавния бюджет и оттам-тенденцията на известна протоколност в новините. За БТВ отново на преден план излиза опитът да показват „човешкото лице” на новината. Част от тази практика е и „добрата новина”, която телевизията излъчва. Мониторингът показва още, че 71% от новините на БТВ отговарят изцяло на обществения дневен ред, докато при БНТ цифрата е 50%.

Независимо че са твърде сходни, с разлика от по два-три процента графиките показват, че при отразяване на проблеми като социална политика и здравеопазване (7-9), екология (3-6) и култура и изкуство (6-9) БТВ отново е на водеща позиция по отношение на обществените отговорности и функции. Що се отнася до жанровото разнообразие и плурализма при отразяването на новините, цифрите и за двете телевизии са еднакви - 14%. Същото е и при дължината на отделните новини (над 180 секунди) – такива почти отсъстват и при BNT 1% и при БТВ 2%).

Има и още критерии, по които двете телевизии показват забележителни сходства. Става дума за отсъствието на личното отношение на водещите към съдържанието на новината. Положителен е фактът, че ПР-ът в новините почти изцяло отсъства – няма го в 99% от новините по БТВ и в 93.3% - при БНТ. Така стоят нещата и по отношение на нарушаването на правилата на професионалната журналистическа етика – 99% от новинарското съдържание е напълно безпристрастно. Интересни са данните, отнасящи се до информацията, свързани с Европейския съюз. И двете телевизии показват почти еднакъв процент на новини по проблематиката – БТВ 10% и БНТ-11%. Обяснението не е трудно, като се има предвид ентузиазма по скорошното присъединяване на България към Европа.

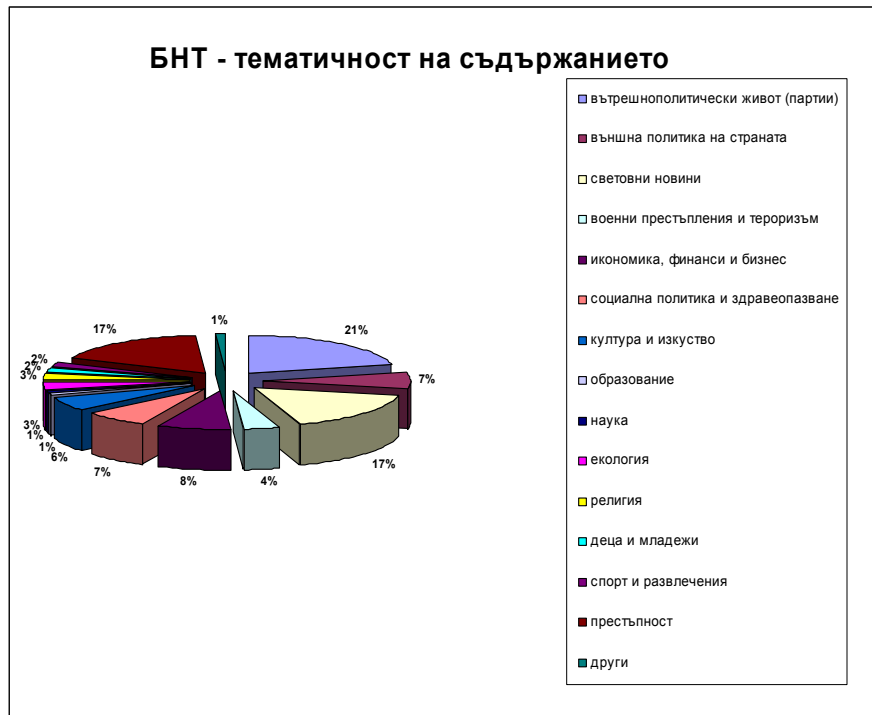
В заключение може да се отбележи, че големите сходства, налични при съдържанието на новинарските емисии на двете най-големи телевизии в България представят доказателства за посока на заличаването на границите между търговски и обществен телевизионен оператор в страната. Същевременно те показват, че свободата на словото и обществения интерес са принципи, високо ценени и приоритетни както за публичните, така и за частните електронни медии.

Използвана библиография

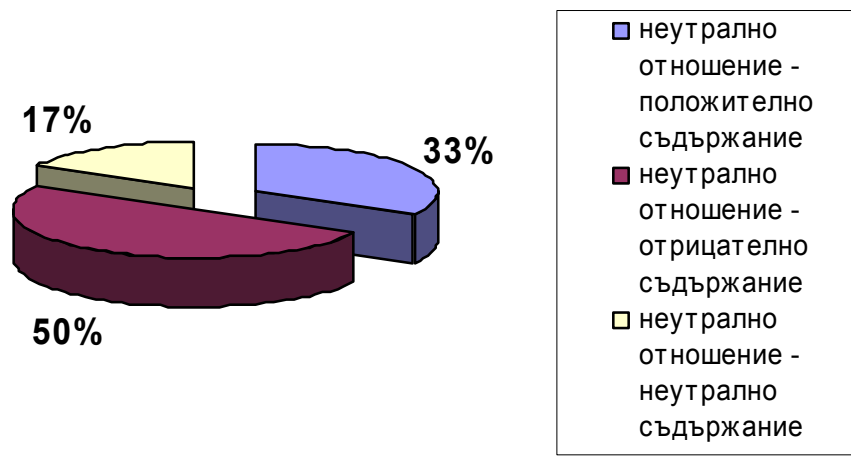
1. Ася Кавръкова, Данаил Данов, Доклад за България, „Телевизията в Европа: политика, регулация и независимост”, EUMAP, 2005, www.eumap.org
2. Годишен доклад на СЕМ, 2006, www.cem.bg
3. Изследване на НЦИОМ за м. април 2007, www.parliament.bg
4. MSI, IREX, Bulgaria, 2007, www.irex.org
5. www.bnt.bg
6. www.btv.bg

ГРАФИКА

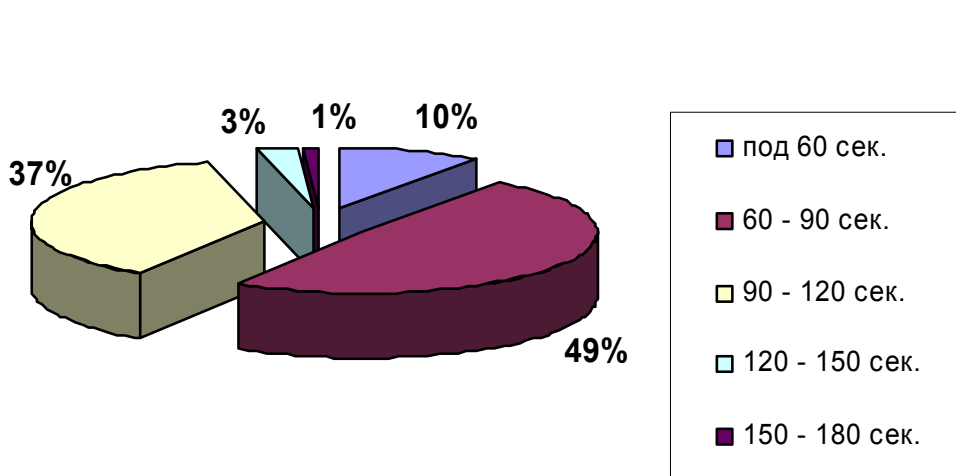
БНТ



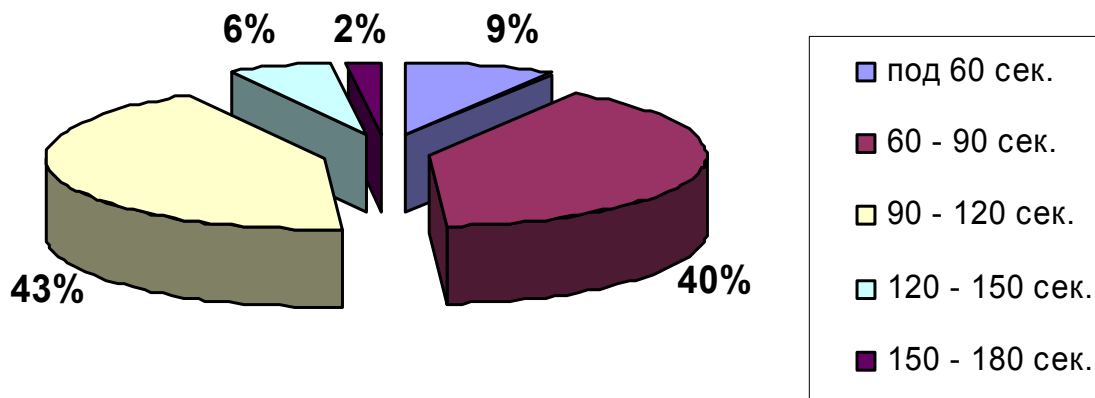
БНТ - оценка на съдържанието



БНТ - дължина на новинарските единици

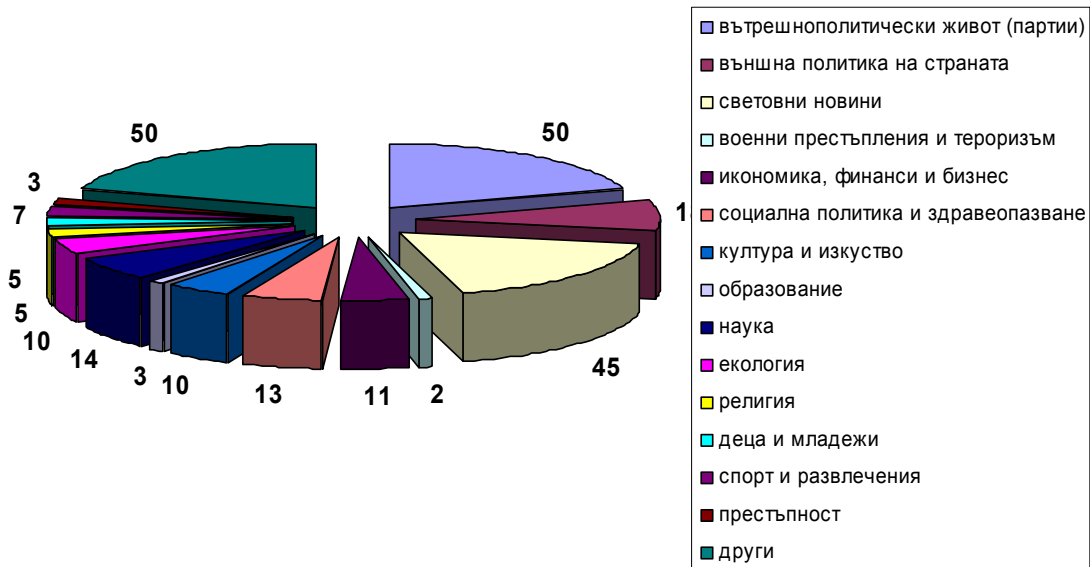


БТВ - дължина на новинарските единици

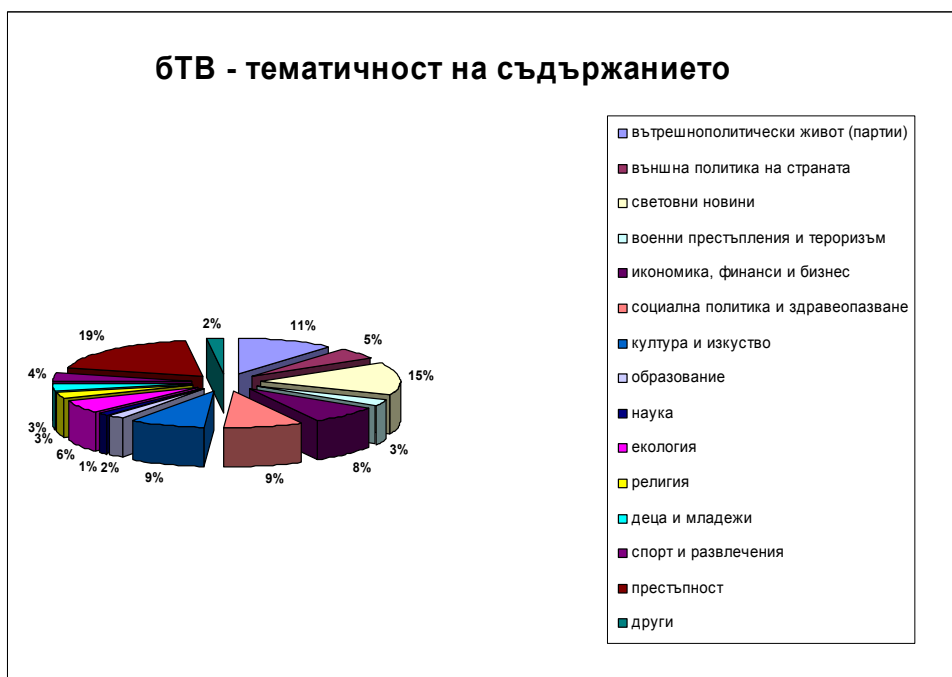
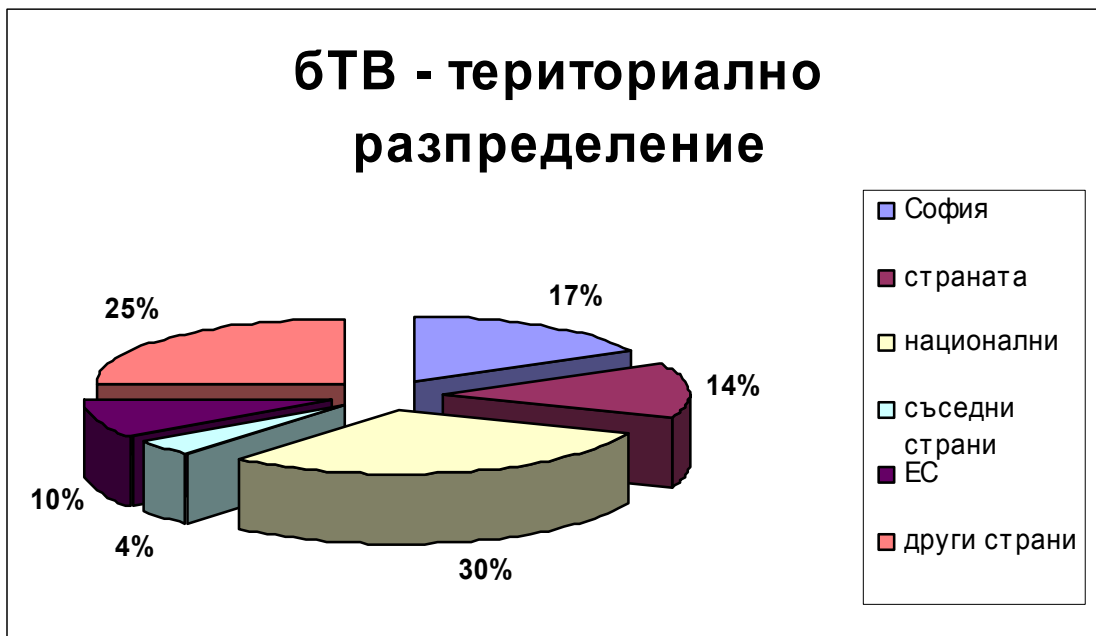


БНТ - дължина на новинарските единици в секунди

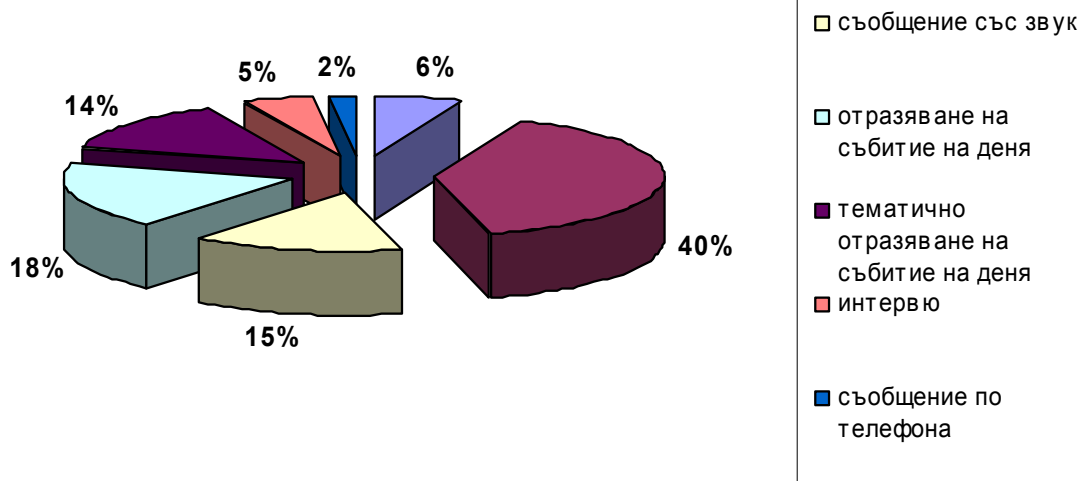
Общо време: 246 мин.



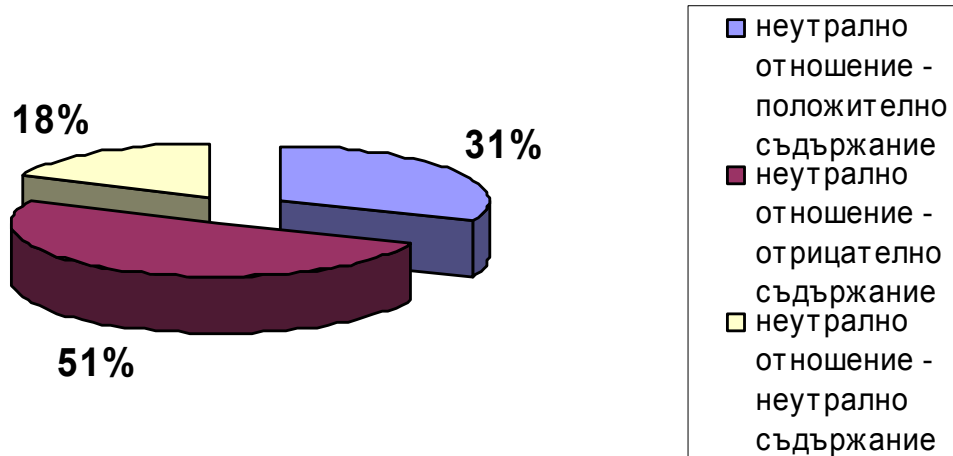
БТВ



БТВ - новинарски формати



БТВ - оценка на съдържанието



БТВ - дължина на новинарските единици в секунди

Общо време: 316 мин.

