

## Роля на националните телевизии в процеса на европеизация на българското общество

Ани Герасимова

*Role of national broadcasters in the process of Europeanization of Bulgarian society: This report clarifies the nature of the process Europeanization and proves that media is one of the main and most important channel for understanding and spreading knowledge throughout the society. In order to trace how this process of Europeanization is perceived and applied by the most watched national televisions in Bulgaria a monitoring of certain topics related to the EU has been launched and their coverage in the air of BNT 1, bTV, Nova TV and TV7 before and after the beginning of the 2014 European Parliament elections campaign. Study results prove that the concerned media are far from performing its public role.*

**Key words:** national broadcasters, Europeanization, European Parliament elections 2014

### ВЪВЕДЕНИЕ:

Европейският съюз е сложна и уникална политическа система със своя история и демократични ценности. Предотвратявал е войни, донесъл е стабилност и устойчивост на европейските общества и се е превърнал в модел за управление, който може да послужи за пример за разрешаване на конфликти и проблеми във всяка държава по света. Доброто познаване и разбиране на структурите и ценностите на Съюза са от изключително значение за интеграцията и европеизацията на новите държави членки и на европейските граждани. Колкото по-добре общността разбира процесите и политиките, толкова по-голяма сила има да се превърне в техен конструктивен критик, който влияе върху тяхно усъвършенстване.

Във времената, когато светът става все по-глобализиран, съвременните комуникации играят изключително важна роля. Обществениите, политически и чисто човешки взаимодействия са немислими без намесата на посредник – осведомител, арбитър, интерпретатор. Предоставяйки информация „за събитията в света, медиите правят света единен, т.е. еднакво засегнат от съобщаваните новини.“<sup>132</sup> Съответно, медиите като носител на съвременните демократически ценности, би следвало да използват потенциала си да допринасят за общественото благо, със способността си да образозват, да информират и да обединяват нацията.[12]

Тази статия има за цел да проследи и оцени ролята на националните телевизии в процеса на европеизация на българското общество. Способни ли са те да отразят тенденциите за конструиране на европейска идентичност и да се съобразят с различията в публичните сфери на държавите-членки. Доколко ролята на най-големите медии спомага за процеса на опознаване и идентификация на проблемите, засягащи европеизацията? Ще потърсим отговори на въпросите, като ще използваме статистически данни, официална документация на ЕС, интернет сайтове на медии, изследвания на неправителствени организации, научни публикации.

### ИЗЛОЖЕНИЕ:

**Европеизация.** Преди да бъде направен анализ трябва да очертаем рамките на Европеизацията като процес.

<sup>132</sup> Вж. Филева, Петранка – Глобализация и медии – Военно издателство, 2003, с.137

Терминът европеизация се използва най-често за явления, процеси, политики и под., придобиващи европейски характер и визия, в най-разнообразни области. В исторически план това се е случвало още по времето на колониалните политики, а и в последствие, когато са се създавали и разпространявали европейски ценности, опит и норми. [17]

В политически аспект европеизацията се свързва с процесите на глобализация и все по-разпространяващата се идея за единно европейско общество. Точно поради тази причина, на това понятие се обръща особено внимание и не малко изследователи представят техните интерпретации по въпроса за значението на термина. Едни го тълкуват като процес на “създаването на многостранни структури за сътрудничество на европейско равнище”<sup>133</sup>. Общоевропейските структури функционират, като се изграждат единни правила и норми във външната политика и в отношенията между самите членки, т.е. това са процеси на институционализиране и управление с европейски обхват, които биха могли да доведат до изграждането на единен политически процес на континента.[6]

Мнозинството от авторите обясняват европеизацията с въздействието на европейската интеграция върху механизмите на управление и развитието на държавите членки. Т.е. наложените от ЕС практики и правила, които се прилагат на национално ниво (интерграцията) като „европейски“, би следвало да предизвикат разбиране и осмисляне като „свои“, така че те да предизвикат естествени промени в политически, социален, икономически план (европеизация). Изследователите се разделят и по въпроса за обхвата на този процес. Някои смятат, че той ограничава действието си до политическите системи и институциите. Така например, Робърт Ладрех заявява че: “Това е постепено процес, който преориентира посоката и формата на политиката до степен, че политическите и икономическите динамики на ЕС стават част от организационната логика на националната политика и законодателство.”<sup>134</sup>. В последствие обаче, изследователят застава зад тезата за по-широкото действие на европеизацията - върху партиите и партийните системи, местното управление, гражданското общество и дори идентичността на самите държави-членки. [17]

В обобщение европеизацията е всичко това, което идва като процес от ЕС и генерира някаква промяна в местните политика, икономика и общество, на базата на идеите, нормите и моделите на общността, които държавата-членка припознава като свои. Мнозина изследователи смятат, че процесът на европеизация е двустранен – т.е. както от ЕС към страните членки, така и в обратна посока.

В този ред на мисли обликът на европеизацията зависи до голяма степен и от индивиди и организации, отвъд тяхната национална принадлежност. За да бъде този процес акуратен, той трябва да бъде осъзнат от двигателите на промените, а ролята на националните медии като основни участници в демократичното общество е да бъдат проводник на плуралистична информация, да образуват обществото и да бъдат публична сцена за диспути, мнения и коментари [1]. Само така може да се даде обратна връзка за работата на политици и обществени фигури и да се захрани процесът на европеизация в обратна посока – от гражданите към институциите на ЕС.

<sup>133</sup> Вж. Цачевски, В. – България и Балканите в началото на XXI век: По пътя на Европеизацията, София: Изток-Запад, 2011, с.9

<sup>134</sup> Вж. Ladrech, R., ‘Europeanization of domestic politics and institutions: the case of France’, Journal of Common Market Studies 32(1), 1994, p.69

**Медиите.** Общественият мас-медии, имат отговорността да бъдат коректор на сцената на политическите и социалните отношения и да дадат на обществото възможност за създаване на дебати, а не да моделират посоката на възприятията ни, за да притъпят обективността и критичността ни [10], особено по политически теми. В този смисъл публичността на медиите ги поставя между гражданското общество и политическата власт и ги превръщат в незаменим инструмент за измерване на демократичните ценности на национално ниво [15].

Ролята на националните медии на сцената на това европейско многопластие и полицентрична система е от голяма важност и с двойка функция – те трябва да представят достъпно информацията относно законите, политиките, проблемите и решенията в ЕС и едновременно с това да отразяват настроеността и реакциите на гражданите по тези теми. Поднасяйки информация за общоевропейски въпроси, те би следвало да подчертават значимостта им за българското общество и съпричастността с проблемите на местното население. Съответно тяхна задача е също така изграждането на отношение към европейските институции в обществото, като част от наднационалната политика на страната ни. Но медиите могат също да запалят огъня на недоволството и евроскептичните настроения и така да подкопават легитимността на европейското законодателство.

По-нататък в нашия анализ ще се фокусираме върху национални медии. Основание за това е фактът, че те покриват най-важния критерий - най-голяма достъпност до масовата аудитория, т.е. ефир с общонационално покритие и безплатен достъп.

Проучване по поръчка на ЕП, проведено през есента на 2013г., показва, че 93% от съгражданите ни гледат телевизия всеки ден. [9]. Данните също показват и че именно тази медия получава най-голям процент на доверие в България, а именно 64%. [7]. Това се потвърждава още веднъж и от Сова Харис и тяхното проучване от октомври 2013г., на тема: „Телевизията в България вчера и днес. Медийно поведение и жанрови предпочитания на националната аудитория“: *„Около 81% от пълнолетните жители на страната заявяват, че благодарение на телевизията редовно научават новините и се информират за случващото се в страната и по света;“*<sup>135</sup>. Същото проучване гласи и че: *„Близо 2/3 от пълнолетните българи споделят мнението, че донякъде обективни са главно големите ТВ програми с национален обхват – БНТ, bTV, Нова телевизия и ТВ7“*<sup>136</sup>. Тоест значимостта на телевизията за изграждане на мнение и запознаване с нова информация, е определяща и е свързана с големи отговорности. Телевизиите предоставят на гражданите един от не многото варианти за участие и присъствие в сферата на политиката и правенето на политика. [2]

Това би могло да се случи, ако телевизиите включат в своята програма дискусии, предавания и новини, поставящи акцент към основните играчи на европейската сцена и институциите на общността, давайки принос си за припознаване от страна на гражданите на европейската идентичност като своя. Чрез представяне на становища и излъчване на дебати, включващи международни представители, медиите предоставят различни гледни точки, мнения и препоръки, запознавайки публиката с процесите и методите на работа на ЕС.

<sup>135</sup> Вж. Проучване на Сова Харис „Телевизията в България – вчера и днес. Медийно поведение и жанрови предпочитания на националната аудитория“, октомври 2013, с.28, [http://www.newmedia21.eu/content/2013/11/Sova-Haris-Analiz\\_TV\\_2013.pdf](http://www.newmedia21.eu/content/2013/11/Sova-Haris-Analiz_TV_2013.pdf)

<sup>136</sup> Пак там, с.29

Понеже писането на тази статия съвпадна с периода на предизборните кампании и самите избори за Европейски парламент 2014, по-надолу ще разгледам най напред показателите, статистиката и данните за телевизите преди началото на предизборната кампания, която стартира на 25.04.2014г. След това ще обърна внимание и на промените, настъпили от тази дата нататък. Защото трябва да се съгласим, че не може да се компенсират 7 години европейско членство, с 30 дни предизборни европейски клипове, предавания, новини и публицистика.

В началото на 2014 година излезе медийният доклад "Европейският парламент в българските медии през 2013 г.", изработен от фондация "Медийна демокрация" по поръчка на Информационното бюро на Европарламента в България. Данните, които ни дава той, са положителни. През изминалата година, интересът на българските медии към Европейския парламент и неговите членове се е повишил с 20%, в сравнение с предходната година. Като цяло информационният поток обръща по-голямо внимание на европолитиците, отколкото на самата институция като среда за формиране на политики, въпреки че през втората половина на годината, с приближаването на изборите за ЕП, двете тенденции почти се изравняват. Липсва еднозначност на отношението: понякога Европа носи значението на подкрепа, а друг път е символ на ограничения и заплахи, според доклада. В ефира доминират новини, отнасящи се към вътрешнополитически ситуации, но често в дебатите и коментарите участват и евродепутати. [14]

За съжаление същият доклад дава и тревожни данни (на фона на по-горе изложената статистика и факти за основния източник на информация на българите) обръщайки внимание на разпределението на информация по видове медии - телевизията поема едва 4% по въпросите за ЕП и евродепутатите, докато най-голям дял се представя в интернет пространството, съответно 54% и 51%. Въпреки това, едно друго проучване на Евробарометър, на тема „Запознатост и възприемане на регионалната политика на ЕС от страна на гражданите“ (есен 2013г), също показва ролята на най-популярната медия като средство за информация №1: 41% от интервюираните са се запознали за първи път с регионалните политики на ЕС именно от телевизията, а 63% от тях продължават да се информират от същото място. [13]

Днес с напредъка на технологиите, архивите на телевизиите и информация за програмните им политики, могат да бъдат открити сравнително лесно. Всички големи национални мас-медии имат изградени подробни и пълни интернет страници, с които позволяват на публиката си още по-лесен достъп до новини, публицистични предавания, развлекателни програми, филми и т.н. Точно там направих проучване, преглеждайки най напред всички предавания и рубрики, застъпени в програмите на БНТ, БТВ, Нова телевизия и ТВ 7 и **конкретно** посветени на ЕС и членството ни.

Единствено Българска национална телевизия предлага на своите зрители да отделят специално внимание на опознаването на ЕС в новинарската си рубрика „Пъзелът Европа“. През март 2014г. стартира отново съвместния проект на БНТ и фондация "Америка за България", който представлява поредица от 30-минутни документални филми, излъчвани веднъж месечно, под общо заглавие „Светът на живо“. Два от епизодите „Стените на Европа“ са посветени изцяло на Европейския съюз, идеите, ценностите, настроенията, проблемите, предизвикателствата, успехите и неуспехите. Материалите са подкрепени и с интервюта на интелектуалци, политици и артисти на европейската сцена.

Всяка от вече изброените телевизии все пак има дискуссионни, публицистични и информационни предавания, които засягат и теми, свързани с европейски въпроси. Информацията от направеното търсене ще обобща в таблица, където ще отбележа предаванията, които редовно обръщат внимание на европейски въпроси, свързани с важните за ЕС и България теми. Ограничих търсенето времево, за да мога да оценя ситуацията към настоящия момент, т.е. за първите пет месеца на настоящата 2014 год., без да включвам периода на предизборната кампания. (виж приложение1)

Резултатите могат да бъдат обобщени по следния начин:

1. Всички разгледани медии отразяват въпросите, засягащи предстоящите избори за Европейски парламент 2014, но залагат на кандидатите от българската политическа сцена и междупартийните разногласия и конфликти. Редовно в новинарските емисии се коментират доклади и изследвания на ЕС относно членството и ангажиментите на българската държава; отразяват се скандали за източване и не/усвояване на евросредства и провалени проекти. Друга тема, която можехме да проследим навсякъде, това беше конфликтът Украйна – Русия и участието/намесата на ЕС в него.
2. **БНТ 1** засяга най-широк диапазон на темите, свързани с ЕС, като те са разгледани и в най-голям брой предавания на телевизията. Отразяват се не само въпроси, засягащи пряко българската икономика, политика и общество, но и такива, свързани с отношенията на Съюза с други държави членки или трети страни. Обръща се специално внимание на политиките и промените в законодателството на ЕС, в най-различни сфери. Коментарите и предаванията, засягащи темите за ЕС, носят предимно безпристрастно отношение и информация.
3. **БТВ** и **ТВ7** засягат най-тесен кръг от въпроси, свързани с ЕС, като и двете телевизии разглеждат единствено теми конкретно за България. При представянето на новините в първата частна национална телевизия, по-често се налага евроскептичен тон, а идеята за Европа все още се свежда главно до еврофондове и купуване на гласове [3].
4. При резултатите на **Нова телевизия**, ясно личи по-малкия брой на предаванията, засягащи темите за ЕС, като това се случва предимно в новинарските емисии. Въпреки това, разнообразието в темите е по-голямо от това на БТВ и ТВ7. Нова телевизия обръщат особено внимание при отразяване на промени и дебати, относно законодателството на ЕС по всякакви въпроси; представя се информация за програми и проекти, бъдещи приоритети и т.н.

Вероятно в резултат на такава медийна политика относно отразяване на ЕС, проучване на Евробарометър от март 2014г. показва, че 42% от българите не разбират как работи ЕС. [8]

Очаквано след началото на предизборната кампания за Европейски парламент 2014г. количеството информация, свързана с ЕС, се увеличи чувствително. Понеже разглеждам четирите най-гледани национални телевизии, е излишно да отделям

внимание на задължителните предизборни клипове, дебати и участия на политици. Всички от изброените вече медии посветиха 25 май на изборния ден, като ни представяха множество коментари на политолози и компетентни лица, статистика на известни социологически агенции и включвания от местата за гласоподаване и т.н. Пак в интернет страниците на същите медии, потърсих предавания, които отделят специално време на теми, важни за разбирането на структурите, визията и функциите на ЕС. Този тип информация е нужна на всеки гражданин при избора му на евродепутати, които ще представляват България в Европейския парламент. Разбира се, темите за енергийната политика, за отношенията Украйна-Европа-Русия, за разширяването на пазара на труда, за управлението на бежанския поток и за усвояването на еврофондовете останаха актуални, но на национално ниво, а не в контекста на европейските политики.

**БНТ 1** беше единствената медия, която излъчи директно дебата на европейско равнище между кандидатите за председател на Европейската комисия. В няколко предавания на „Денят започва с култура“, телевизията отбеляза значението на членството ни, от културна гледна точка и като среда за развитие на българските артисти – настъпилите промени за изминалите 7 години и предстоящите възможности. В предаванията си БНТ 1 даде думата и на млади българи, вземащи участие в неправителствени организации, чиято цел е повишаване познаването на ЕС. В различни репортажи имахме възможност да проследим мнението на гражданите за Европа, да се запознаем с правата си в ЕС, както и с различни законодателни особености на съюза.

**БТВ** заложи предимно на медийните пакети на политиците и предизборни скандали, които обаче нямаха общо с европейската тематика. Единствено предаването „БТВ Репортерите“ посвети два от епизодите си на ЕС. Документалният филм „Зад стените на Европейския парламент“ беше излъчен на 17 и 18.05.2014г. и целта му беше да покаже на зрителя как работи тази институция. Няма как да не забележим негативния тон и фактът, че авторът Ивайло Везенков насочва вниманието единствено към заплатите на евродепутатите, разходите им, мнения на евраоскептици и пенсионери с образование до четвърти клас на основното училище. Епизодите, посветени на ЕП, не дадоха никаква информация за процесите на взимане на решения, структурата, методите на работа и като цяло не дадоха отговор на най-важния въпрос: Защо трябва да гласуваме за Европейски парламент и какво означава нашия глас?

**Нова телевизия** предлага на зрителите си една единствена рубрика, посветена на европейските избори, извън предизборните кампании на политиците. Ани Салич и Ники Дойнов посещават 5 различни града в България, за да разберат как европейските пари променят живота ни и какви са пречките. Рубриката „Кой в Европа? Говори България“ се излъчва по време на Новините на Нова, в продължение на 5 дни, с начала дата 19.05.2014г. Журналистите разговарят с хора, които имат опит с европейски проекти – било то успешни или не. Нова телевизия поддържа по-скоро позитивен тон на темите, свързани с ЕС, а в процеса на предизборната кампания се обръщаше често внимание на важноста на визоката избирателна активност.

**ТВ 7** засилват чувствително интереса си към европейските въпроси по време на предизборната кампания. Засягат се теми за социалната политика на ЕС, за българите и европейските ценности, за енергийната и външната политика и националната сигурност на ЕС, за европейските пари и проекти, но бяха предимно кратки дебати със социолози, политолози, антрополози и под. Това се случва преди

началото на предизборните дебати на телевизията, за да подготвят публиката за темите на самите сблъсъци между кандидатите.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В обобщение на всички изложени по-горе факти можем да направим следните изводи:

1. Разгледаните национални телевизиите отделят изключително малко внимание на европейските въпроси. Едва 4% от цялостното количество информация по темата и главно на теми, засягащи местната икономика, политика и култура на страната ни, с малки изключения в ефира на БНТ 1 и Нова телевизия. В резултат, проучванията публикувани в Евробарометър показват изключително ниско познаване и разбиране на ЕС, от страна на българските граждани.

2. В същото време българинът разчита предимно на тези телевизии, за да се запознава с новините и събитията от България и света и смята, че информацията която получава от тях, е сравнително обективна, т.е. **медиите играят изключително важна роля в обществото и са от огромно значение за нивото на информираност и сформирането на мнение при съвременния българин.**

3. Идеята за „Европа“ е все още чужда на българското общество, а популярните лица, общественици и журналисти все още не възприемат ценностите, законите и политиките на съюза като свои. При представяне на информация, свързана с решения и проблеми на ЕС, се употребяват думи като „там“, „те“ и под. , което е ясен симптом за отчуждението и неприемането на идеята за обща политическа, икономическа и културна европейска сцена.

Резултатите от изминалите избори за Европейски парламент 2014г. са показателни за доминиращото отношение на българските граждани. Избирателната активност в България достигна едва 35.5%, и вотът беше възприеман като част от вътрешнополитическата борба за власт. И това се случи пред погледа на всички благодарение на политици, политолози, социолози и журналисти, които подведоха българските избиратели [11, 16]. Избиратели, които следва да дават своя принос за развитието на Европейската общост, да избират представители, които да защитават интересите им в Брюксел, а повече от половината от тях дори не са запознати с правата си и начините те да бъдат защитени.

Тогава можем ли да говорим за европеизация на обществото? Категорично не, защото не може да приемеш за свои ценности и да припознаеш мисията на организация, която не познаваш и не разбираш. Българинът не осъзнава и съответно не участва в такъв процес [4]. Медиите винаги са определяни като основния двигател на демокрацията, институцията, която би следвало да събужда гражданското общество, да бъде обективен съдник и критик на събитията. Очевидно българските медии не изпълняват своята мисия адекватно, а българинът все още не е европеец, освен на документи.

### ЛИТЕРАТУРА:

[1] Гервен 2007: Гервен, В. – „Европейският съюз. Политическа общност на държави и народи.“ – ИК ЛИК, София 2007

[2] **Креспи 1996:** Креспи, Ъ., „Обществено мнение, сондажи и демокрация“, ИК Институт за пазарна икономика, София 1996

[3] **Кръстева 2008:** Кръстева, А. – „Новите европейци“ - статия част от сборника „Първа година европейска България: избори и образи“; Нов български университет, София – 2008

[4] **Кунева 2007:** Кунева, М. – „Европа на гражданите. Граници и разширения“, ИК „Колибри“ – София 2007

[5] **Ладрех 1994:** Ladrech, R. - 'Europeanization of domestic politics and institutions: the case of France', Journal of Common Market Studies 32(1): 69-88, 1994

[6] **Ладрех 2001:** Ladrech, R. - Europeanization and Political Parties: Towards a Framework for Analysis, School of Politics, International Relations and the Environment (SPIRE), Keele University -

<http://www.keele.ac.uk/media/keeleuniversity/group/kepru/KEPRU%20WP%207.pdf>

[7] **Сова Харис 2013:** Анализ на резултатите от национално проучване, представително за пълнолетното население на България, на тема: „Телевизията в България – вчера и днес. Медийно поведение и жанрови предпочитания на националната аудитория“, октомври 2013,

[http://www.newmedia21.eu/content/2013/11/Sova-Haris-Analiz\\_TV\\_2013.pdf](http://www.newmedia21.eu/content/2013/11/Sova-Haris-Analiz_TV_2013.pdf)

[8] **Специален евробарометър 2014:** Special Eurobarometer, "Europeans in 2014", [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_415\\_fact\\_bg\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_415_fact_bg_en.pdf)

[9] **Стандартен евробарометър 80а:** Standard Eurobarometer 80, Media use in the European Union, Report, Autumn 2013

[http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb80/eb80\\_media\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb80/eb80_media_en.pdf)

[10] **Стоицова, Мизова 2008:** Стоицова, Т., Мизова, Б. – „Европейската проблематика в медиите: социалнопсихологичен прочит“, статия част от сборника „Първа година европейска България: избори и образи“; Нов български университет, София – 2008

[11] **Тодоров 2014:** Тодоров, Т. – „В България не е имало европейски избори“ - <http://www.fmd.bg/?p=8780>

[12] **Филева 2003:** Филева, Петранка – Глобализация и медии – Военно издателство, 2003

[13] **Флаш Евробарометър -**  
[http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_384\\_fact\\_bg\\_bg.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_384_fact_bg_bg.pdf)

[14] **Фондация медийна демокрация 2013:** Фондация медийна демокрация - Европейският парламент в българските медии – медийен мониторинг, юли-декември 2013 - [http://www.fmd.bg/wp-content/uploads/2013/12/ep-monitoring-july\\_dec2013.pdf](http://www.fmd.bg/wp-content/uploads/2013/12/ep-monitoring-july_dec2013.pdf)

[15] **Фотев 2001:** Фотев, Г. – Граници на политиката, ИК ЛИК, София 2001

[16] **Цанева 2014:** Цанева, М. – „Ролята на медиите при подмяната на изборите за Европейски парламент“ - <http://www.fmd.bg/?p=8777>

[17] **Цачевски 2011:** Цачевски, В. – България и Балканите в началото на XXI век: По пътя на Европеизацията, София: Изток-Запад, 2011

#### **За контакти:**

Докторант Ани Герасимова, катедра „Европеистика и международни отношения“ и катедра „Мениджмънт и бизнес развитие“, Русенски университет „Ангел Кънчев“, тел.: 088 8 755 141, e-mail: [agerasimova@uni-ruse.bg](mailto:agerasimova@uni-ruse.bg)

**Докладът е рецензиран.**



Таблица на предаванията и темите, свързани с ЕС, в периода 01.01.2014г. - 25.04.2014г.

Телевизионни канали	Предавания	Тематика
<b>БНТ 1</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Денят започва (с рубриката „Светът е 7“)</li> <li>2. По света и у нас</li> <li>3. Още от деня</li> <li>4. Панорама</li> <li>5. Референдум</li> <li>6. Животът и други неща</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ролята, реакцията и участието на ЕС в конфликта Украйна – Русия</li> <li>✓ Европейски доклад за корупцията в България</li> <li>✓ Външна политика на ЕС</li> <li>✓ Отношение на другите страни членки с ЕС</li> <li>✓ Европейски пари за проекти – злоупотреби, проблеми и предизвикателства</li> <li>✓ Европейско законодателство по темите за: обществени поръчки, доброволчество, насилие над жените, медии, енергийна сигурност, бежанци, икономика</li> <li>✓ Най-често се срещат темите засягащи предстоящите избори за Европейски парламент, предимно насочени към българските кандидати и техните партии</li> <li>✓ Разговори с неправителствени организации и движения, чиято цел е популяризирането на идеята за ЕС.</li> </ul>
<b>Би Ти Ви</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Тази сутрин</li> <li>2. БТВ новините</li> <li>3. 120 минути</li> <li>4. Тази събота и Тази неделя</li> <li>5. БТВ репортерите</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Европейски проекти и възможности</li> <li>✓ Свободно движение на гражданите на ЕС</li> <li>✓ Доклади и критики за работата на България, от страна на ЕС</li> <li>✓ Темата за „третият пол“ в ЕС</li> <li>✓ Политиката за бежанци на ЕС</li> <li>✓ ЕС и шистовият газ</li> <li>✓ Проследяване на официални посещения на представители на ЕС</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Официални посещения и срещи на български политици в страни от ЕС</li> <li>✓ Отношенията в конфликта Украйна – Русия – ЕС</li> <li>✓ Европейски избори 2014</li> </ul>
<b>Нова телевизия</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Здравей България</li> <li>2. Новините на Нова</li> <li>3. Събуди се</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Отпадането на ограниченията на трудовия пазар в Германия и Англия – реакции и очаквания</li> <li>✓ Промени и разисквания, свързани с европейското законодателство в сферата на екологията, авторското право, защита на потребителите, храните;</li> <li>✓ Доходи в ЕС – минимална заплата, заплатите на евродепутатите</li> <li>✓ Отношенията на ЕС в конфликта Украйна – Русия</li> <li>✓ Доклади на ЕС за работата на България – корупция, пране на пари, бедност</li> <li>✓ Споразумението за партньорство между България и ЕС за 2014-2020</li> <li>✓ Европейски програми и проекти – средства, заплахи, възможности</li> <li>✓ ЕС и шистовият газ</li> <li>✓ Подготовка за евроизбори в Германия</li> <li>✓ Космическа програма на ЕС</li> </ul>
ТВ 7	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Добро утро, България</li> <li>2. Новини</li> <li>3. Гореща точка</li> <li>4. Факторът Кушлуков</li> <li>5. Дневен ред</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Средства по европейски програми и проекти – злоупотреби, възможности, заплахи</li> <li>✓ Свободен пазар на труда в ЕС</li> <li>✓ Доклади на ЕС – критики, последици</li> <li>✓ Политиката на ЕС, свързана с бежанците</li> <li>✓ Избори за Европейски парламент 2014</li> </ul>