

**„Изследване на аудиторията на медийните
услуги, предоставяни от Българската
национална телевизия и Българското
национално радио и очакванията за тяхната
обществена мисия сред населението на
страната“**

Януари – Април 2025г.

CEM

СЪВЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

 **ALPHA[®]**
RESEARCH

ЦЕЛИ НА ПРОУЧВАНЕТО

Анализ на обществените
нагласи, очаквания и
оценки по отношение на
обществена мисия на
БНТ и БНР



Влиянието им върху
масовите нагласи,
представите за
обективност и
равнопоставеност на
различни гледни точки



Информационен
обхват и
предпочитания на
аудиторията им



Структура и сегментация на
аудиторията по основни
социално-демографски
признаци



МЕТОДОЛОГИЯ НА ПРОУЧВАНЕТО



Експертни интервюта



22 интервюта с експерти, компетентни да изразят цялостно и задълбочено отношение към състоянието и проблемите на БНТ и БНР

1

Фокус групи



15 групови дискусии с активни потребители на програмите на БНТ и БНР

2

Количествено проучване



Национално представително изследване на аудиторията – БНТ и БНР на възраст 14+ години

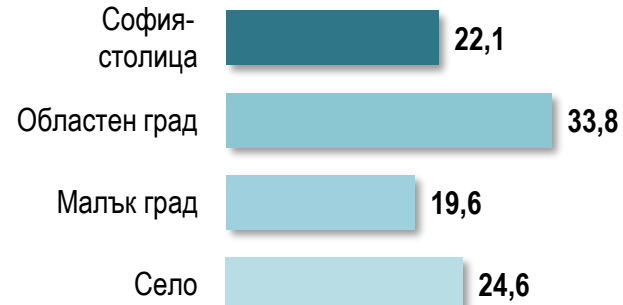
3

АУДИТОРИЯТА НА БНТ

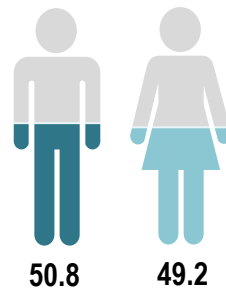
БНТ

СОЦИАЛНО-ДЕМОГРАФСКИ ПРОФИЛ (%)

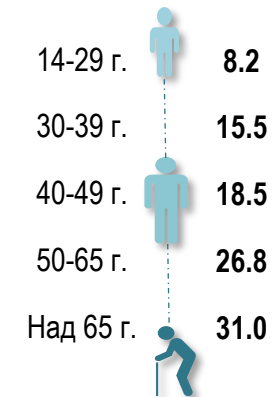
ТИП НАСЕЛЕНО МЯСТО



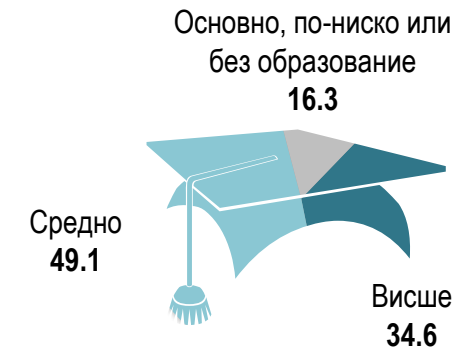
ПОЛ



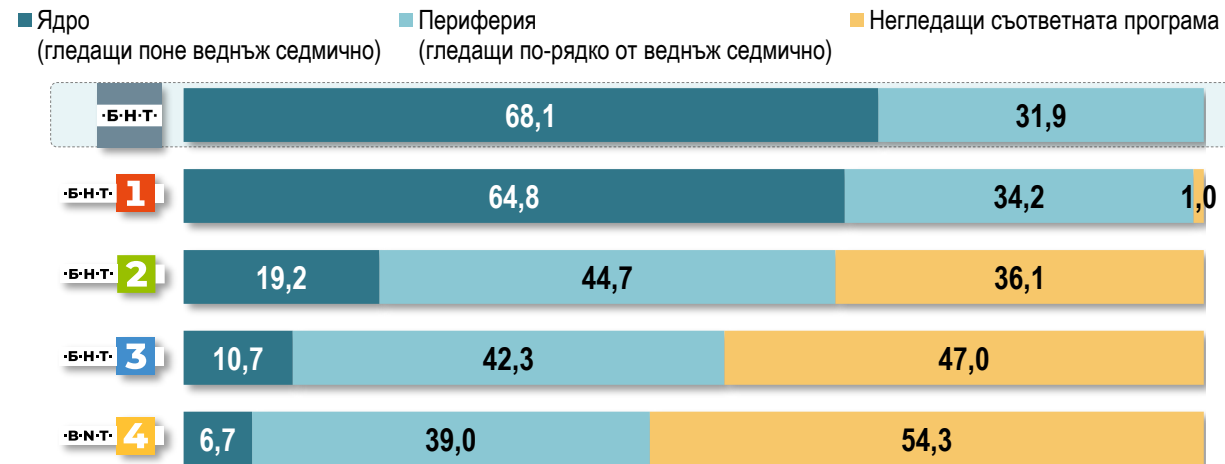
ВЪЗРАСТ



ОБРАЗОВАНИЕ



СЕГМЕНТИРАНЕ НА БАЗА ПОТРЕБЛЕНИЕ НА БНТ (%)



База: Обща аудитория на БНТ, N=1154

ПРЕДПОЧИТАНИЯ НА АУДИТОРИЯТА НА БНТ

НАЙ-ГЛЕДАНИ ПРЕДАВАНИЯ И ПРЕДПОЧИТАНИЯ НА АУДИТОРИЯТА КЪМ ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ (%)

Какво най-често гледате по БНТ?

Новини / По света и у нас	54.0	
Филми / неуточнено	52.8	
Публицистика / политически интервюта / коментари	30.0	
Тематични / дискусии с творци, сюжети от деня	11.0	
Състезания, състезателни игри (Последният печели)	8.6	
Музика / неуточнено, концерти	8.1	
Спорт	8.0	
Развлекателни, шоу, хумор	6.8	

Искат да бъдат застъпени в по-голяма степен в БНТ (ТОП 5):

Българско кино/филми	49.1	
Музика/концерти (на български изпълнители)	42.5	
Предавания за туризъм, интересни места в България и по света	40.8	
Развлекателни предавания, състезателни игри с познавателен характер	39.8	
Предавания за здраве, здравословен начин на живот	38.2	

📌 Между **30-37%** споделят очаквания за повече предавания за култура, новини, научно-популярни, игрални филми и сериали, предавания за наука, информация за времето, състояние на пътищата, музика, публицистика

ОБЩЕСТВЕНИТЕ ФУНКЦИИ НА БНТ

ОЦЕНКИ ЗА ИЗПЪЛНЯВАНЕ ОТ БНТ ОБЩЕСТВЕНИ ФУНКЦИИ (%)

ИЗПЪЛНЯВА В ГОЛЯМА СТЕПЕН



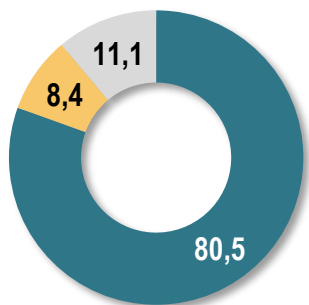
ХАРАКТЕРИСТИКИ, С КОИТО СЕ СВЪРЗВА БНТ (ТОП 5 %)



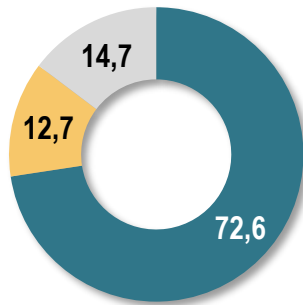
ОБЩЕСТВЕНИТЕ ФУНКЦИИ НА БНТ

ПРЕДПОЧИТАНИЯ КЪМ СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ПРОГРАМИ НА БНТ (%)

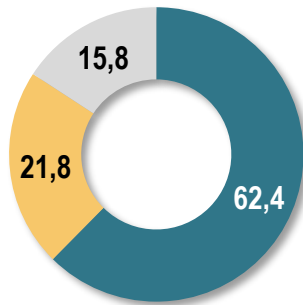
Канал с културна и образователна програма



Канал с регионални новини и програма



Канал със спортна програма



■ Да ■ Не ■ Не мога да преценя

ОТНОШЕНИЕ КЪМ ПРОИЗВОДСТВОТО НА ДОКУМЕНТАЛНИ И ИГРАЛНИ ФИЛМИ НА БНТ (%)

Да, аз самият/самата ги следя и ги смятам за добри и важни



Аз самият/самата не ги следя, но е важно да произвежда такива филми



Не е необходимо да произвежда такива филми



Не знам/Не мога да преценя

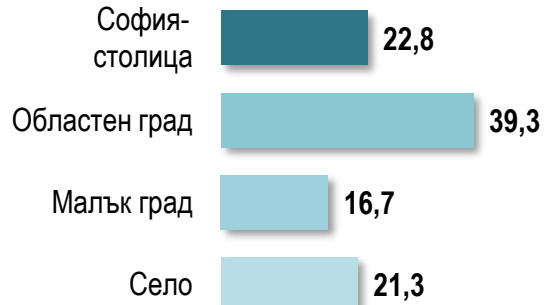


АУДИТОРИЯТА НА БНР

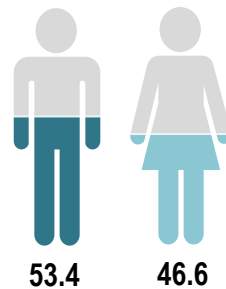
СОЦИАЛНО-ДЕМОГРАФСКИ ПРОФИЛ (%)



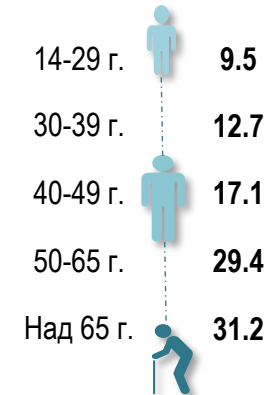
ТИП НАСЕЛЕНО МЯСТО



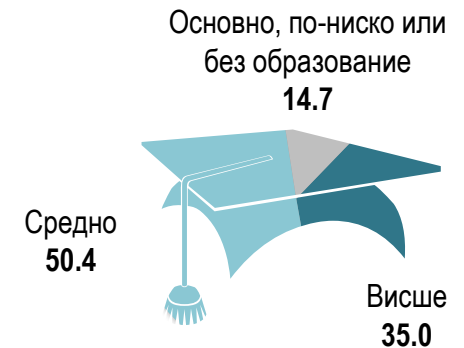
ПОЛ



ВЪЗРАСТ

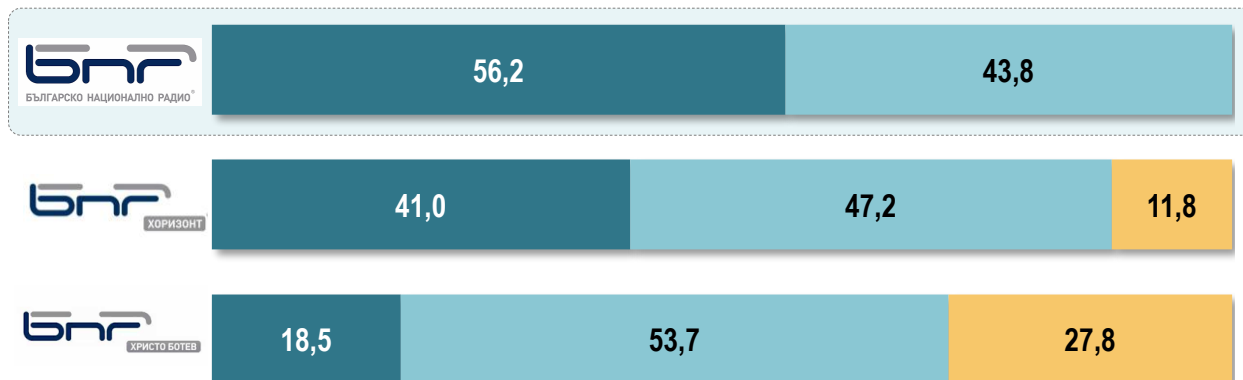


ОБРАЗОВАНИЕ



СЕГМЕНТИРАНЕ НА БАЗА ПОТРЕБЛЕНИЕ НА БНР (%)

■ Ядро (слушатели поне веднъж седмично) ■ Периферия (слушатели по-рядко от веднъж седмично) ■ Неслушатели съответната програма



❗ Аудиторията на регионалните програми до голяма степен възпроизвежда общия профил на слушателите на БНР и демографската структура на съответния регион

ПРЕДПОЧИТАНИЯ НА АУДИТОРИЯТА НА БНР

НАЙ-СЛУШАНИ ПРЕДАВАНИЯ И ПРЕДПОЧИТАНИЯ НА АУДИТОРИЯТА КЪМ ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ (%)

ТОП 5 на най-слушаните предавания:

Музика /неуточнено/, концерти	57.9	
Новини	46.1	
Тематични /дискусии с творци, сюжети от деня	12.2	
Публицистика / политически интервюта / коментари	10.6	
Различни неща / каквото излъчват на момента, неуточнено	4.0	

Искат да бъдат застъпени в по-голяма степен в БНР (ТОП 5):

Музика/концерти (на български изпълнители)	50.7	
Музика/концерти (на чуждестранни изпълнители)	39.5	
Национални новини и информационни емисии	36.7	
Предавания за здраве, здравословен начин на живот	35.1	
Информация за времето, състояние на пътищата и др. полезна информация	35.0	

📌 Между **25-34%** споделят очаквания за повече предавания за туризъм, поздравителни концерти, за българска култура, световни и регионални новини, публицистика, образователни и развлекателни предавания

ВЪЗПРИЕМАНЕ И НАГЛАСИ КЪМ БНР

ОЦЕНКИ ЗА ИЗПЪЛНЯВАНЕ ОТ БНР ОБЩЕСТВЕНИ ФУНКЦИИ (%)

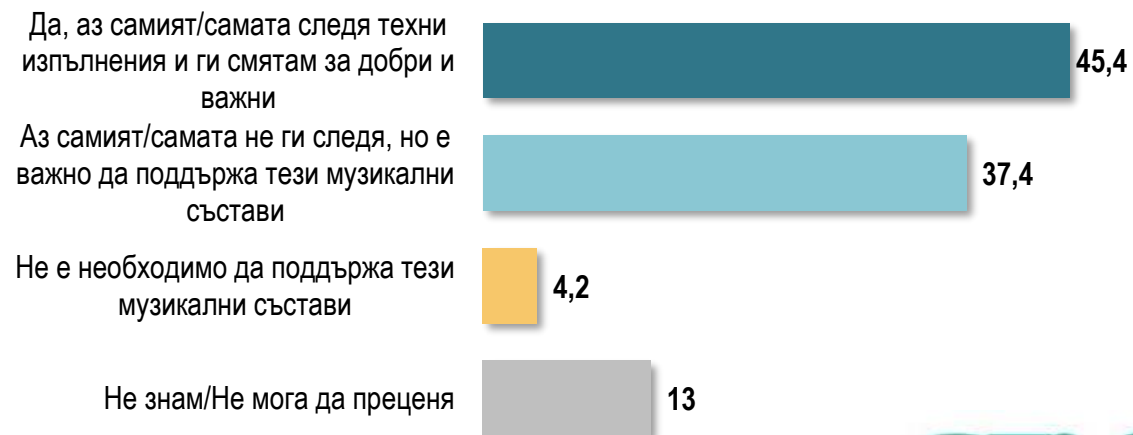
ИЗПЪЛНЯВА В ГОЛЯМА СТЕПЕН



ХАРАКТЕРИСТИКИ, С КОИ СЕ СВЪРЗВА БНР (ТОП 5 %)

Предоставят важна и полезна информация за различни групи в обществото	47.5	
Съпричастни с проблемите на обществото, близо до хората	41.3	
Участие в предаванията на експерти в съответните области, които представят важна и достоверна информация	38.6	
Медия, на която може да се има доверие	38.0	
Качествено съдържание/предавания	36.7	

ОТНОШЕНИЕ КЪМ МУЗИКАЛНИТЕ СЪСТАВИ, ПОДДЪРЖАНИ ОТ БНР (%)



РЕГИОНАЛНИТЕ ПРОГРАМИ НА БНР



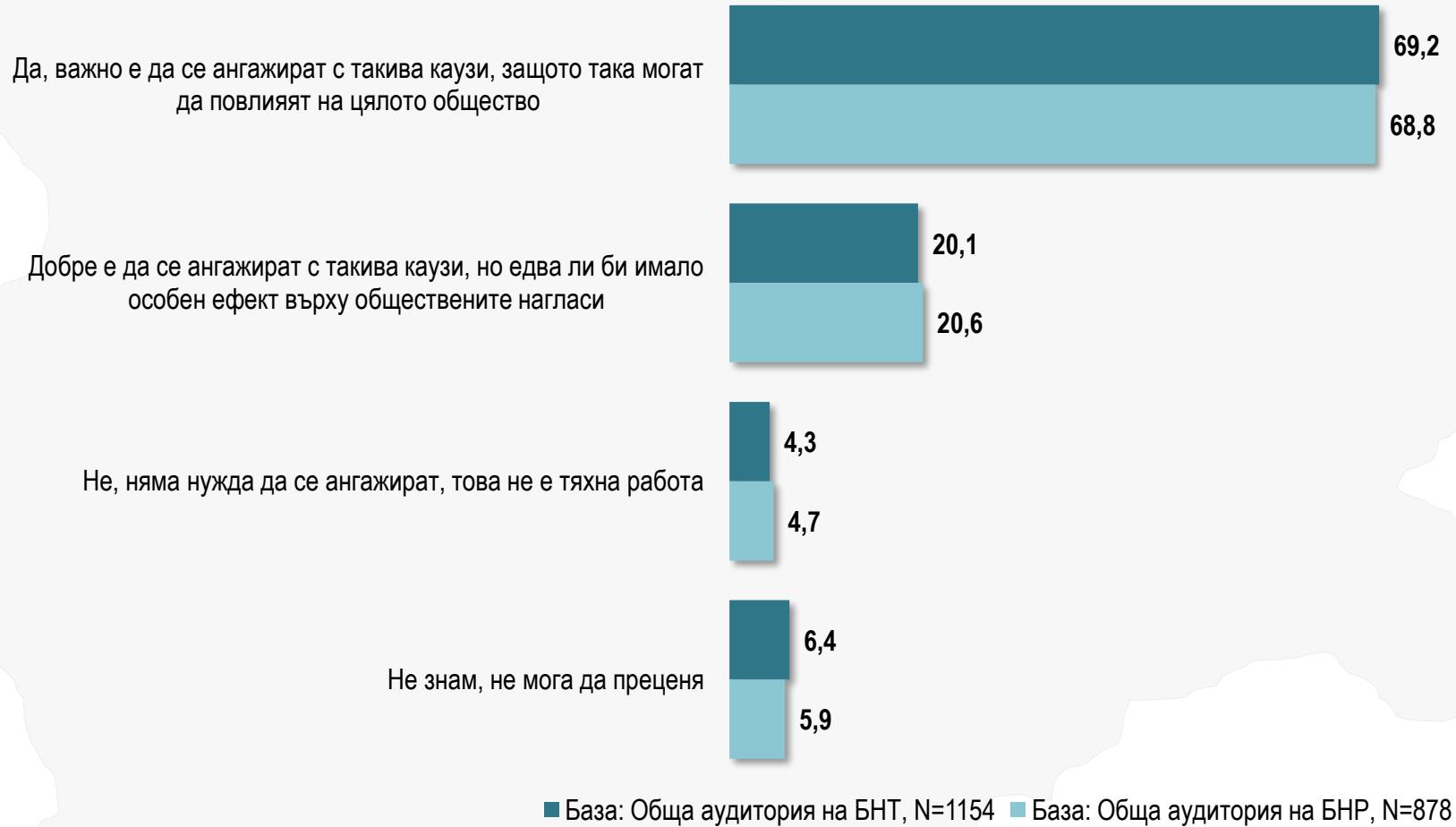
① *Аудиторията на регионалните програми до голяма степен възпроизвежда общия профил на слушателите на БНР и демографската структура на съответния регион*

① *Регионалните програми на БНР се възприемат като силно фокусирани върху важните за съответния град/регион новини и съдържание, което се определя като ценен обществен принос*

① *Потребности и очаквания на аудиториите на регионалните програми на БНР:*

- ① *Местни новини*
- ① *Информация за време, състояние на пътищата и др. за региона*
- ① *Музика*
- ① *Активна връзка със слушателите (поздравителни предавания, включвания на живо, допитвания и др.)*

ПОДКРЕПА ЗА АНГАЖИРАНОСТТА НА ОБЩЕСТВЕНИТЕ МЕДИИ СЪС СОЦИАЛНО ЗНАЧИМИ КАУЗИ (%)



НАЧИНИ НА ПОЛЗВАНЕ НА МЕДИИ (%)

ИЗТОЧНИЦИ НА ГЛЕДАНЕ НА ТЕЛЕВИЗИЯ/ВИДЕО СЪДЪРЖАНИЕ



База: Цялата извадка, N=1382

ИЗТОЧНИЦИ НА СЛУШАНЕ НА РАДИО/МУЗИКА



База: Цялата извадка, N=1382

НАЧИНИ НА ПОЛЗВАНЕ НА БНТ (%)

ЗАПОЗНАТОСТ, ПОЛЗВАЕМОСТ И НАГЛАСИ ЗА ГЛЕДАНЕ НА СЪДЪРЖАНИЕ НА БНТ ОТ РАЗЛИЧНИ ИЗТОЧНИЦИ	Знаят	Ползват	Биха ползвали
	База: Цялата извадка, N=1382	База: Обща аудитория на БНТ, N=1154	База: Цялата извадка, N=1382
Колонен %			
Излъчване през доставчик на телевизия	91.4	87.8	80.0
Ефирно излъчване, през антена	63.2	17.7	21.6
Интернет страница на БНТ	44.5	12.9	20.5
Страници на БНТ/нейни предавания в социалните мрежи	24.5	8.5	11.6
Мобилно приложение БНТ Нюз	19.2	5.2	12.4
Подкасти на БНТ	14.0	3.8	6.4
Нито един от посочените			6.2

① Над 90% заявяват, че откриват лесно БНТ1, а над 60% - другите програми на БНТ

① Над 90% знаят на коя позиция е БНТ 1, но над 50% не знаят позицията на другите програми на БНТ

База: Обща аудитория на БНТ, N=1154

НАЧИН НА ПОЛЗВАНЕ НА БНР (%)

ЗАПОЗНАТОСТ, ПОЛЗВАЕМОСТ И НАГЛАСИ ЗА СЛУШАНЕ НА СЪДЪРЖАНИЕ НА БНР ОТ РАЗЛИЧНИ ИЗТОЧНИЦИ	Знаят <i>База: Цялата извадка, N=1382</i>	Ползват  <i>База: Обща аудитория на БНР, N=878</i>	Биха ползвали <i>База: Цялата извадка, N=1382</i>
Радио приемник	88.6	83.7	68.1
Телевизор	48.2	22.9	23.0
Интернет страница на БНР	39.7	17.5	19.5
Страници на БНР/нейни предавания в социалните мрежи	21.6	11.7	11.5
През различни мобилни приложения	19.3	10.6	16.1
Дигитална платформа Бинар (binar.bg) на БНР	13.2	5.4	6.2
Подкасти на БНР	10.3	4.0	5.4
Нито един от посочените			15.4

① Радио се слуша основно в колата (60%) и вкъщи (54%)

① Над 75% заявяват, че откриват лесно програмите на БНР

База: Обща аудитория на БНР, N=878



МЛАДЕЖКАТА АУДИТОРИЯ (14 – 29г.)

- Най-слабо запознати кои са обществените медии: 39% разпознават правилно БНТ и БНР като единствени обществени медии в страната

Телевизия

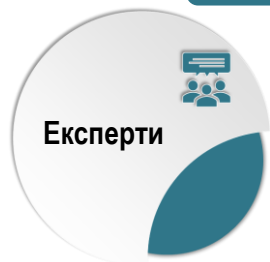
- Поколенията, които най-активно ползват ТВ и видеосъдържание през дигитални канали: 30% през интернет и мобилни приложения, 10% - през стрийминг платформи
- Доминираща незапознатост с БНТ и нейната програма, липса на мнение за степента, в която изпълнява обществените си функции
- Гледат по БНТ най-вече филми, спорт, музика
- Очаквания в програмата да са по-застъпени музикални концерти на български и чужди изпълнители (38 - 40%), нови филми и сериали (37%), предавания за туризъм (31%), развлекателни предавания (31%), българско кино (30%), спорт (28%), научно-популярни и образователни предавания (27%)

Радио

- Поколенията, които повече от всички останали слушат радио вкъщи (67%).
- Най-активно слушащи радио през дигитални канали (39% интернет и мобилни приложения, 38% - през социални мрежи, 20% през платформи и подкасти).
- Доминираща незапознатост с БНР и програмата му, липса на мнение за степента, в която изпълнява обществените си функции
- Слушат по БНР най-вече музика, спорт и новини
- Очаквания в програмата да са по-застъпени музика на български и чужди изпълнители (43%), развлекателни предавания, състезателни игри (29%), поздравителни концерти (25%), образователни, научно-популярни и предавания за туризъм (23%).

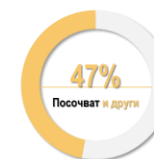
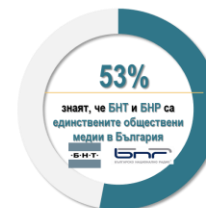
НАГЛАСИ И ОЧАКВАНИЯ КЪМ ОБЩЕСТВЕНИТЕ ФУНКЦИИ НА БНТ И БНР

ЗАПОЗНАТОСТ, РАЗБИРАНЕ НА ОБЩЕСТВЕНИТЕ ФУНКЦИИ, ОЧАКВАНИЯ КЪМ БНТ И БНР

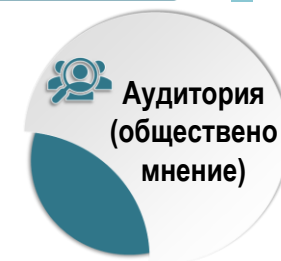


Много добра запознатост с функциите

Слаба запознатост с функциите и
разпознаване на обществените медии



База Целителскава, № 1382



Взискателност и критичност

Умерено позитивна оценка за
изпълнението на обществените функции

Нужда от промяна в модела на финансиране

Паритет в нагласите за допускане на повече
реклама в обществените медии



① БНТ	42%	39%
① БНР	41%	41%

Предизвикателства при обучение, изграждане и
задържане на кадри

Висок професионализъм на журналистите в обществените
медии

Предизвикателства пред дигиталното присъствие

Слабо познаване и ползване на дигиталните канали

Одобрение за ангажираност на обществените медии със
социални каузи



За контакти:

Алфа Рисърч
България, София 1000,
ул. Искър 54

Тел.: +359 2 983 60 56

Факс: +359 2 983 61 68

E-mail: headoffice@alpharesearch.bg

www.alpharesearch.bg