

ОТНОШЕНИЯ МЕДИИ/ ПОЛИТИЧЕСКИ ПАРТИИ В БЪЛГАРИЯ

Доклад на Христин Стрижлев публ. в Сборник от Национален семинар с международно участие “Перспективи и актуални предизвикателства пред аудиовизуалната индустрия в дигиталната ера”, сп. Нет сайънс, ISSN (online): 2535-1362, бр. 3/2017, София, стр. 82-92.

1. КОИ СА ПОПУЛЯРНИТЕ МЕДИИ В БЪЛГАРИЯ И КОИ ИМАТ СЕРИОЗНА АУДИТОРИЯ СПОРЕД ПИЙПЪЛМЕТРИЧНИТЕ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ?

1.1. ТЕЛЕВИЗИИ

БТВ, НОВА, БНТ, БЪЛГАРИЯ ОН ЕЪР, КАНАЛ 3, ЕВРОПА, СКАТ, АТАКА

1.2. РАДИА

ХОРИЗОНТ, ДАРИК, ФОКУС, К2, БТВ РАДИО, РАДИО НОВА НЮЗ, МУЗИКАЛНИ РАДИА С НОВИНАРСКИ ЕМИСИИ, РЕГИОНАЛНИ РАДИОСТАНЦИИ НА БНР, ОБЩИНСКИ РАДИА

1.3. НОВИНАРСКИ ИНТЕРНЕТ САЙТОВЕ

ДНЕВНИК, МЕДИАПУЛ, БЛИЦ, ПИК, 24 ЧАСА, ОФНЮЗ, ВЕСТИ, КЛУБ ЗЕТ, ЕПИЦЕНТЪР

1.4 ВЕСТНИЦИ- 24 ЧАСА, ТРУД, СТАНДАРТ, СЕГА, ТЕЛЕГРАФ, КАПИТАЛ, КАПИТАЛ ДЕЙЛИ, 168 ЧАСА

1.5. СОЦИАЛНИ МЕДИИ – ФЕЙСБУК, ТУИТЪР

1.6. БЛОГЪРИ/ВЛОГЪРИ

1.7. ИНФОРМАЦИОННИ АГЕНЦИИ – БТА, ФОКУС

17:17 capital.bg 84%

К | ОСНОВНИ МЕДИЙНИ ГРУПИ

Медиа, преди сформанс с Делан Пеевски | Медиа, в които Делан Пеевски има дялове

Компания	Браншове	Собственост	Приходи 2016 (млн.)	Приходи 2015 (млн.)	Промяна 2016/2015	Печалба/Загуба 2016 (млн. лв.)
Нова бранукастинг груп	KinoNova, Diema, Diema Family, Diema Xtra, Diema Sport, Net Info, Nova News, AttackEVA, Lenema	MTG, Диане Шосел	164 566	139 540	17.9	26 478
БТВ медиа груп	bTV ACTION, bTV CINEMA, bTV COMEDY, bTV LADY, RING, bTV Radio Group (IN-JOY, Z-Rock, Jazz FM, bTV Radio u Classic FM)	СМЕ, Красимир Гергев-многопартнер собственост	124 802*	117 031	6.6	6 197
Информатна група Делан Пеевски	Телеграф, Монитор, Меридиан мач, Политика, Борба, Юроност	Делан Славчев Пеевски	25 320***	25 552	-0.9	-28 353
Икономедиа	Капитал, Редак, Байкрус, Capital Quarterly, Дневник	Иво Георгиев Прокониев, Теодор Иванов Захов	7 860	7 961	-1.3	-425
Медийна група България	24 часа, 168 часа, Всичко за семейството, Идеален дом, Клуб 100, Здравие без лекарства, Живот без рак, Рецепти за здравие, Идеален дом, Идеален дом Discor, Тренд, bg, Alltop спренид, Хоробог	Венелина Атанасова Гочева, Димитър Маринов Димитров	14 468**	8 468	70.9	-3 286
Investor.bg	Bloomberg, Bulgaria On Air, Investor.bg	Иво Каменов, Марин Мутаев	6 041	2 591	133.2	71
S Media - Ес Медиа АД	2018, MODA, BGSpint, BGBasket, BGFootball, BGFitness, BGVolleyball, Tennis24.bg, vlsport.bg, sportmedia.tv, speedpress, Bgwin.com	Фрий медиа груп	2 043	359	469.1	-1152
МЕДИЯ ИКОНОМИКА БЪЛГАРИЯ	Икономика, ес.ономис.бг	Боян Боянов Томов, Прогрес 2010	921	814	13.1	6

*27.18 млн. долара за 2017
 **Сбор на дружеството „360 час“ с приходи 9181 млн.лв. и загуба 2992 млн. лв. дружеството „България Фитнес“ с приходи 1487 млн. лв. и печалба 41 млн. лв. и дружеството „България Фитнес“ с приходи 3800 млн. лв. и загуба от 335 млн. лв.
 ***Сбор на приходите печалбата на Бойки Криворички лиця в групата
 Източник: Отчети на компанията, Търговски регистър, Setimix

К | ДРУГИ ПЕЧАТНИ МЕДИИ

Издание	Собственост	Приходи 2016 (млн. лв.)	Приходи 2015 (млн. лв.)	Промяна 2016/2015 (%)	Печалба/Загуба 2016 (млн. лв.)
Уикенд Таблицор (буйси "Всеки ден")	Ню Медиа груп, собственост на Мартин Рагославов, Тани Бижеба	7 844	нива данчи		-557
Бюлетен Diva Life style	Муудон, собственост на Мартин Рагославов	3 970	3 755	5.7	-331
Шоу Диктор Нюс 55	Ивадо Иванова Крачунова през "Информационна агенция блиц"	1 865*			66
Труд	Петко Бальков	5 632	5 533	1.8	799
Стандарт	Тодор Балков	5 102	5 495	-7.2	-1344
България денес	България денес, собственост на Венелина Атанасова Гочева, Димитър Маринов Димитров	3 800	3 661	3.8	-335

К | РАДИО ГРУПИ

Компания	Брандове	Приходи 2016 (хиЛ. лв.)	Приходи 2015 (хиЛ. лв.)	Промяна 2016 / 2015 (%)	Печалба/ Загуба 2016 (хиЛ. лв.)
BSS Media Group	The Voice, Веселина, Витоша, Magic FM	4 485*	4 093*	9.6	287*
bTV Radio Group	N-JOY, Z-Rock, Jazz FM, bTV Radio и Classic FM	4 328*	4 447*	-2.7	740*
Communicorp Group	NRJ, City, БГ Радио, Radio 1 Rock, Nova, Вероника, Радио 1	2 811	3 025	-7.1	-23
Оберон Радио Макс	Новините сега, Melody, FM+, Fresh!	397	110	260.9	78
Дарик радио	-	5 088	5 630	-9.6	67
Радио Фокус	-	2 780	3 408	-18.4	304
K2	-	111	258	-57.0	-37

*Сбор на приходите на всички юридически лица в групата

■ Vivacom BG 3G

17:17

capital.bg

84%

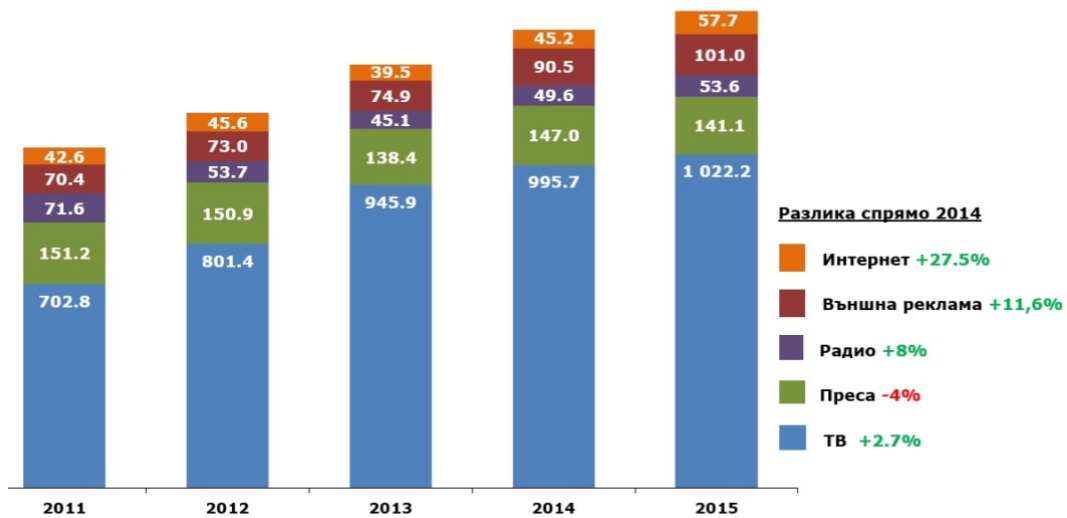
К | ОНЛАЙН ГРУПИ

Компания	Брандове	Собственост	Приходи 2016 (хиЛ. лв.)	Приходи 2015 (хиЛ. лв.)	Промяна 2016/2015 (%)	Печалба/Загуба 2016 (хиЛ. лв.)	Обхват**
Hem Инфо	ASB Пошта, Vbox?, Vesti.bg, Dariknews.bg, Sinoptik.bg, Edna.bg, Gong.bg, Lubim.com и BGReporter.com, Grabo.bg, Trendo.bg, Broshara.bg, Opozna.bg	Нова Броукерстинг груп - Другие Щосла, Дарик Радио - Radiodem Pageй, Уей финанс - Христо Христов	12 006	11 066	8.5	-2147	72.6
Sportal Media Group & Xenium	Sportal.bg, Novini.bg, Woman.bg, Profit.bg, Hotnews.bg, Men.bg, Recepti.bg, Farma.bg, Formula1.bg, Topcars.bg, Chastite.bg, Insurance.bg, Dete.bg, Shopping.bg, Data.bg, Timeart.bg, GSM.bg, Vbox.bg, Winner.bg, Top.bg, Vivasport.bg, Golf.bg, Sport.bg, Fame.bg, Svejo.net, Bulevard.bg, Termo.bg, Kulinaria.bg, Digi.bg	Ангел Стоянов Шашков, Спешин Ангелов Шашков	10 711	5 108	109.7	4501	43.5
Investor	Dnes.bg, Bgonair.bg, Bloombergtv.bg, Gol.bg, Tlaloto.bg, Az-jenata.bg, Puls.bg, Teeproblem.net, Imoti.net, Az-deteto.net, Automedia.bg, Start.bg, Blog.bg, Srinska.bg, Aha.bg, Rabota.bg	М САТ Кейбъл ЕАД (Константин Пенчев), Универсален пенсионен фонд "Съгласие", ЗАД "Арменс" АД, Васил Петров Лейко	Част от групата	-	-	-	41.4
Rezon MG	zaplata.bg, imoti.bg, mobile.bg, imot.bg, bazar.bg, "Софийска икономия"	Радики-Фермаз АД,	6 051	1 390	335.3	71	36.9
bTV Media Group	bTV.bg, bTVnovinite.bg, bTVplus.bg, laduzone.bg, bistro.bg, dalivali.bg, zodia.bg, voyo.bg	Чуждестранно юридическо лице СМЕ, Крадимир Герард - миноритарен собственик	Част от групата	-	-	-	31.2
InsertLbg	Framar.bg, Apteka-optima.bg, Marvi.bg, Newage.bg, Filmzone.bg и други	Валентин Иванов Кичуков, Валери Живков Терзиев, Георги Ангелов Костов, Ивайло Тончев Тончев и Съркис Артин Сакъз	45	38	18.4	0	28.4
BLITZ	Blitz.bg*	Ивайло Иванов Крочунев през "Информационна асоциация България"	1 865*	-	-	66	24.3
Медийна група България	24chasa.bg, bgfermer.bg	Венелина Аманасова Гончева, Димитър Маринов Димитров	Част от групата	-	-	-	24
DIR	dir.bg	Николина Владимирова, Владимир Желюв	1 534	1 819	-5.7	-142	23.9
Икономедиа	capital.bg, dnevnik.bg, kariyeri.bg, bacchus.bg, regal.bg	Иво Георгиев Прокониев, Георги Иванов Заков	Част от групата	-	-	-	23.3
Други	pik.bg, retro.bg, lakomnik.bg, pikco.bg, izbori.pik.bg, milenium.bg, eu, medyaiko.bg	Недалко Недалков	1 322	1 393	-5.1	54	-

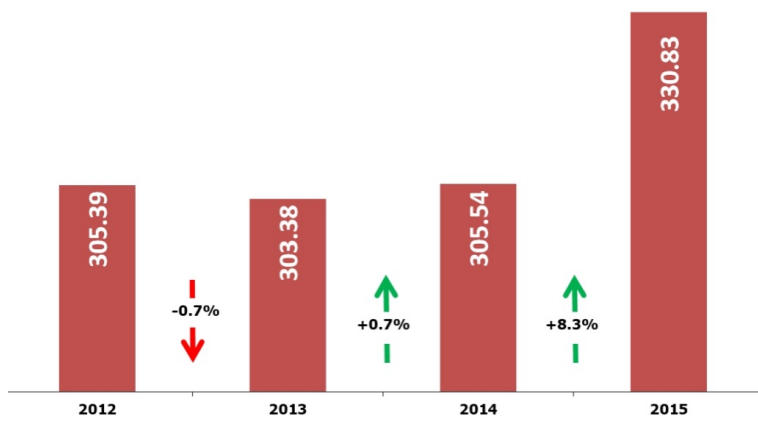
* Считано от май 2016, след промяна в дружеството и вклчба и приходите на печатните издания

** % от общата налична работна сила

2. БРУТО ПРИХОДИ ВЪВ ВИДОВЕ МЕДИИ В БЪЛГАРИЯ ОТ ТЪРГОВСКА И ПОЛИТИЧЕСКА РЕКЛАМА ПО ГОДИНИ



НЕТНИ ПРИХОДИ ОБЩО ЗА ВСИЧКИ ВИДОВЕ МЕДИИ В БЪЛГАРИЯ ОТ ТЪРГОВСКА И ПОЛИТИЧЕСКА РЕКЛАМА В СЪОТВЕТНИТЕ ГОДИНИ



3. КАКВИ СА ОТНОШЕНИЯТА МЕЖДУ МЕДИИТЕ И ПОЛИТИЧЕСКИТЕ СИЛИ

3.1. МЕЖДУ ИЗБОРИ

A. МИНИСТЕРСТВА И АГЕНЦИИ/МЕДИИ:

- КОМУНИКАЦИОННИ СТРАТЕГИИ ПО ЕВРОФОНДОВЕ;
- ИНФОРМАЦИОННО ОБСЛУЖВАНЕ- ПЪЛНО ИЛИ ЧАСТИЧНО;
- УЧАСТИЕ В СЪБИТИЯ, ОРГАНИЗИРАНИ ОТ МЕДИИТЕ, НА МИНИСТРИ И ТЕХНИ ЗАМЕСТНИЦИ

B. МЕСТНА ВЛАСТ/МЕДИИ:

- ИНФОРМАЦИОННО ОБСЛУЖВАНЕ- ПЪЛНО ИЛИ ЧАСТИЧНО,
- УЧАСТИЕ НА КМЕТОВЕ ИЛИ ЗАМЕСТНИЦИТЕ ИМ В СЪБИТИЯ, ОРГАНИЗИРАНИ ОТ МЕДИИТЕ

C. ПАРЛАМЕНТАРНИ ГРУПИ/МЕДИИ- ОТНОШЕНИЯ ПО-СКОРО С ТЕХНИТЕ ПРЕДСЕДАТЕЛИ ИЛИ ИЗЯВЕНИ ДЕПУТАТИ

D. ПОЛИТИЧЕСКИ ПАРТИ/МЕДИИ- ОТНОШЕНИЯ С ЛИДЕРИТЕ ИМ

E. ОТДЕЛНИ ПОЛИТИЦИ/МЕДИИ

3.2. ПО ВРЕМЕ НА ИЗБОРИ

- ПЪЛНО ИНФОРМАЦИОННО ОБСЛУЖВАНЕ
- РЕКЛАМНИ КАМПАНИИ – КЛИПОВЕ, ИНТЕРНЕТ РЕКЛАМА, КАРЕТА
- УЧАСТИЕ В ДИСПУТИ, ДИСКУСИИ, СРЕЩИ И ДР.- ПЛАТЕНО И БЕЗПЛАТНО

4. ВАРИАНТИ ЗА РАБОТА НА ПОЛИТИЧЕСКИТЕ ПАРТИИ С МЕДИИТЕ

4.1. РАБОТА СЪС СЪЩЕСТВУВАЩИТЕ МЕДИИ

- ПРЕЦИЗЕН ИЗБОР НА МЕДИИ ЗА ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ НА МЕДИЕН МИКС, КОЙТО ПОЗВОЛЯВА ДОСТИГАНЕ ДО СЪОТВЕТНАТА ЦЕЛЕВА ГРУПА – ХОРАТА, КОИТО БИХА ГЛАСУВАЛИ ЗА СЪОТВЕТНАТА ПАРТИЯ
- ОТДЕЛЯНЕ НА СЕРИОЗЕН БЮДЖЕТ И ПОСТИГАНЕ НА „ДОБРИ” ЦЕНИ ЗА ВСЯКА ИЗБРАНА МЕДИЯ – ЧРЕЗ ДИРЕКТНО ДОГОВАРЯНЕ ИЛИ ИЗПОЛЗВАНЕ НА МЕДИЯ ШОП
- ОПРЕДЕЛЯНЕ НА „ГОВОРИТЕЛИ” НА СЪОТВЕТНАТА ПАРТИЯ, КОИТО ДА ДОВЕЖДАТ ПОСЛАНИЯТА Ъ ДО АУДИТОРИЯТА ЧРЕЗ УЧАСТИЯ В ПРЕДАВАНИЯ СФОРМИРАНЕ/НАЕМАНЕ НА ЕКИП, КОЙТО ДА „СЪЗДАВА” ПОСЛАНИЕ
- ПРЕДВАРИТЕЛНО ПЛАНИРАНЕ НА МЕДИЙНИТЕ КАМПАНИИ- ГОДИШНО, МЕСЕЧНО И ПРИ КОНКРЕТЕН КАЗУС
- НАЕМАНЕ НА БЛОГЪРИ/ВЛОГЪРИ, КОИТО ДА СПОДЕЛЯТ ЦЕННОСТИТЕ И ДА ЗАПОЗНАВАТ АУДИТОРИЯТА С ИДЕИТЕ НА ПАРТИЯТА

4.2. СЪЗДАВАНЕ/ КУПУВАНЕ НА СОБСТВЕНА МЕДИЯ

- ТЕЛЕВИЗИЯ
- РАДИО
- САЙТ
- ФЕЙСБУК/ТУИТЪР ПРОФИЛ
- БЛОГ
- КОМБИНАЦИЯ ОТ НЯКОИ ОТ ПОСОЧЕНИТЕ