

# "Мониторинг на Парламентарни избори 2017"

## **Мониторинг на Института за социална интеграция – София и Фондацията за европейски прогресивни изследвания - Брюксел**

**Оповестяване на междинни резултати от анализ на предизборната  
кампания и мониторинг на медийната среда**

Март 2016г.

# Мониторинг на медийната среда по време на предизборната кампания дейност 2

Поддейности:

- ✓ количествен мониторинг на 20 медии в продължение на 20 дни
- ✓ сравнителен анализ между основните послания на БСП и ГЕРБ, достигнали до обществеността

Период:

24.02 – 14.03.2017г.



# Количествен мониторинг

24.02 – 14.03.2017г.



# Наблюдавани медии:

## За телевизиите:

- БНТ1
- bTV
- Нова Телевизия
- Bulgaria ON Air

## За печатните издания:

- 24 часа
- Труд
- Телеграф
- Монитор
- Стандарт
- Сега
- Дума

## За интернет страници и агенции:

- mediapool.bg
- bgnes.com
- offnews.bg
- dnevnik.bg
- epicenter.bg
- pik.bg
- vesti.bg
- focus-news.net
- blitz.bg

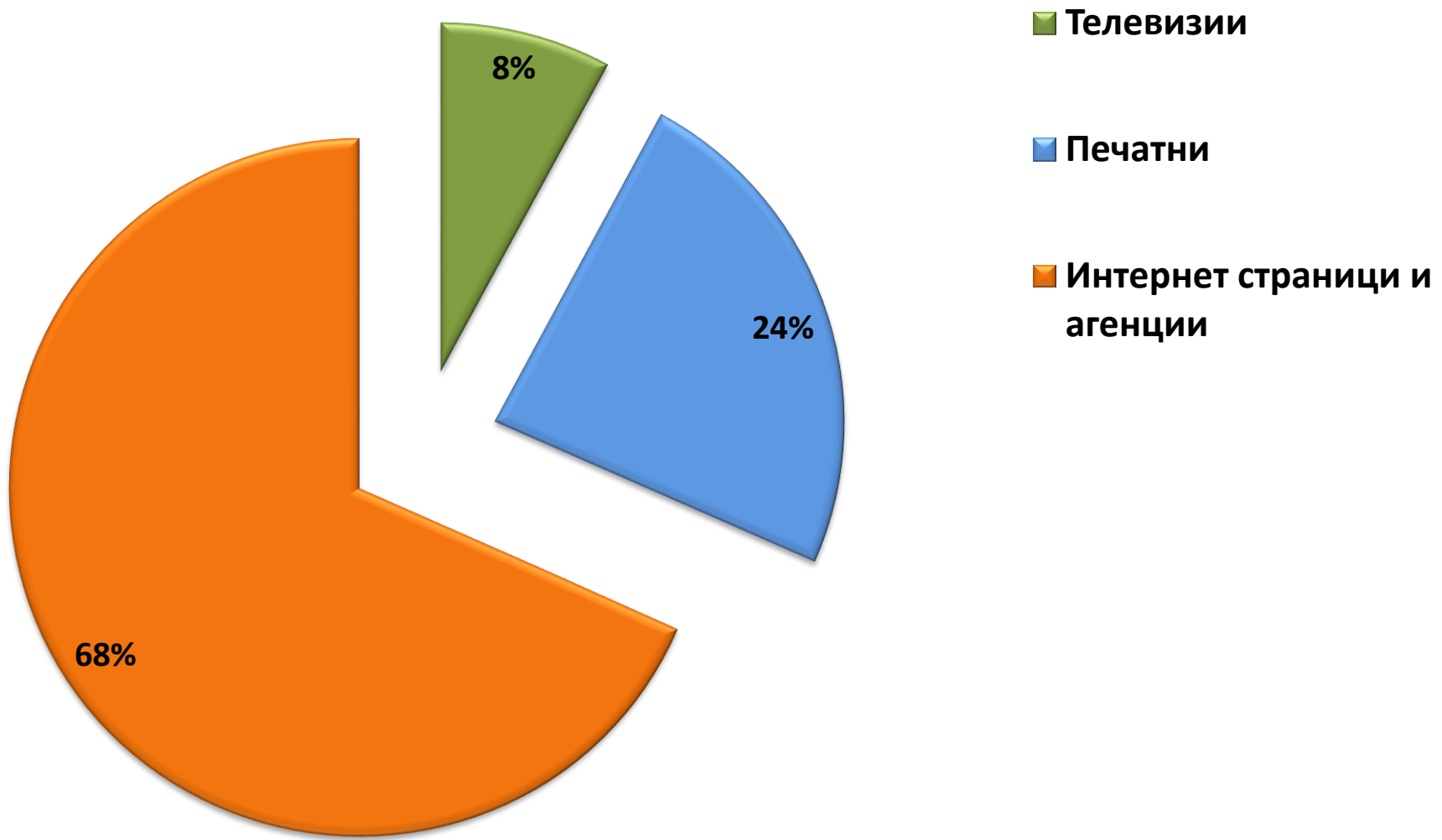
Общ брой на регистрираните информационни единици за периода

24.02 – 14.03.:

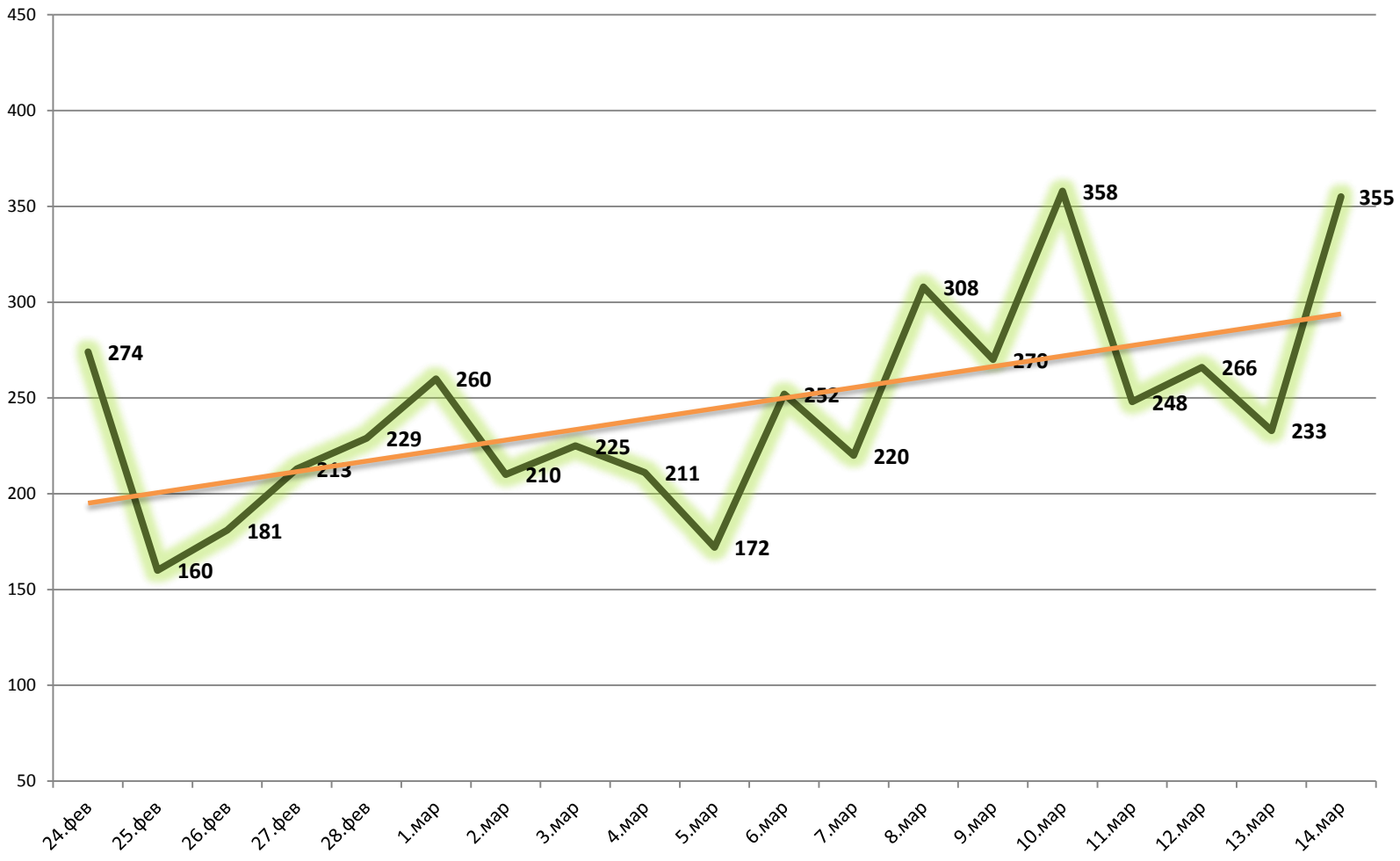
**4645**



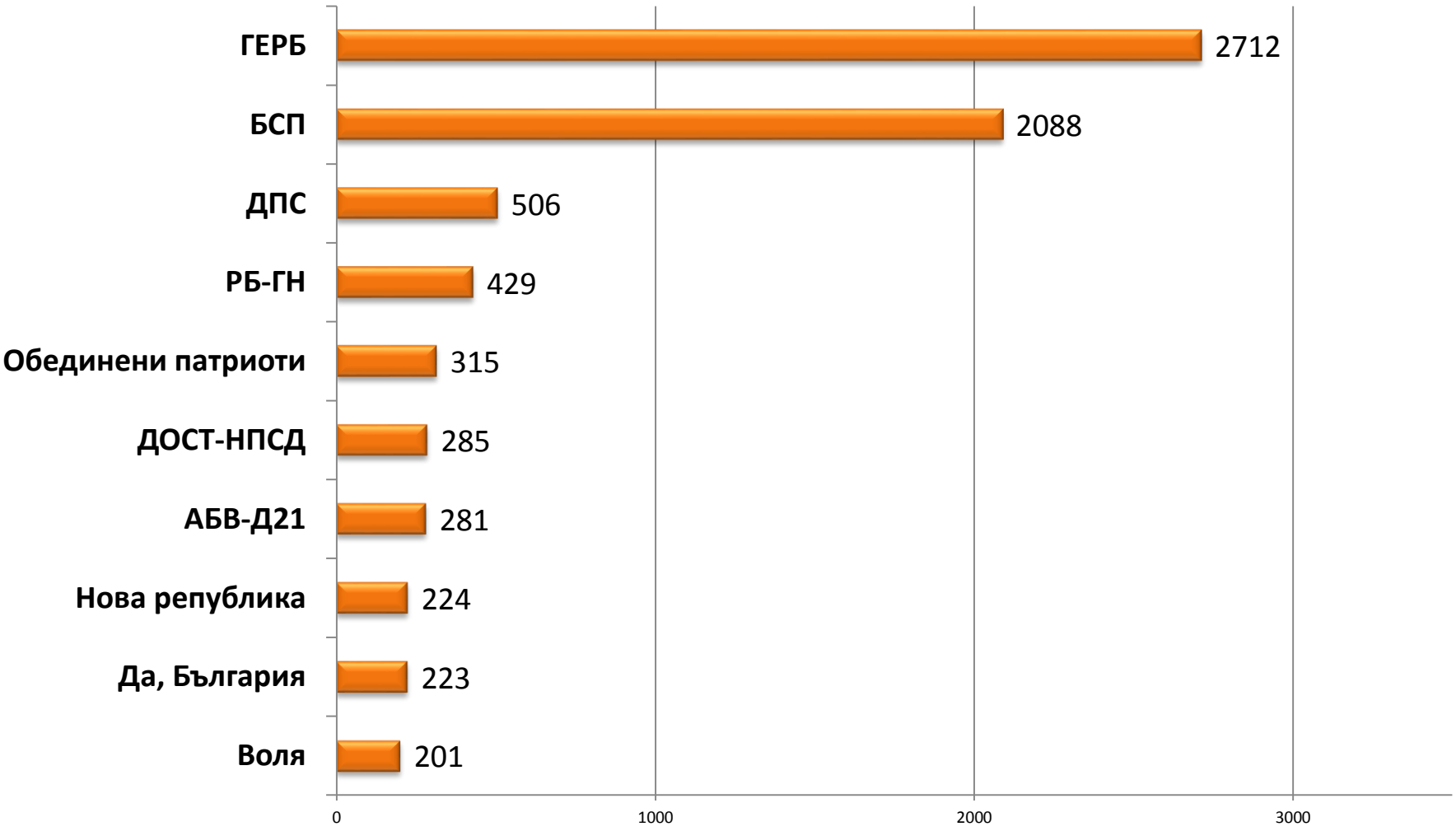
# Относителен дял на информацията в зависимост от типа наблюдавани медии в % (24.02. – 14.03.)



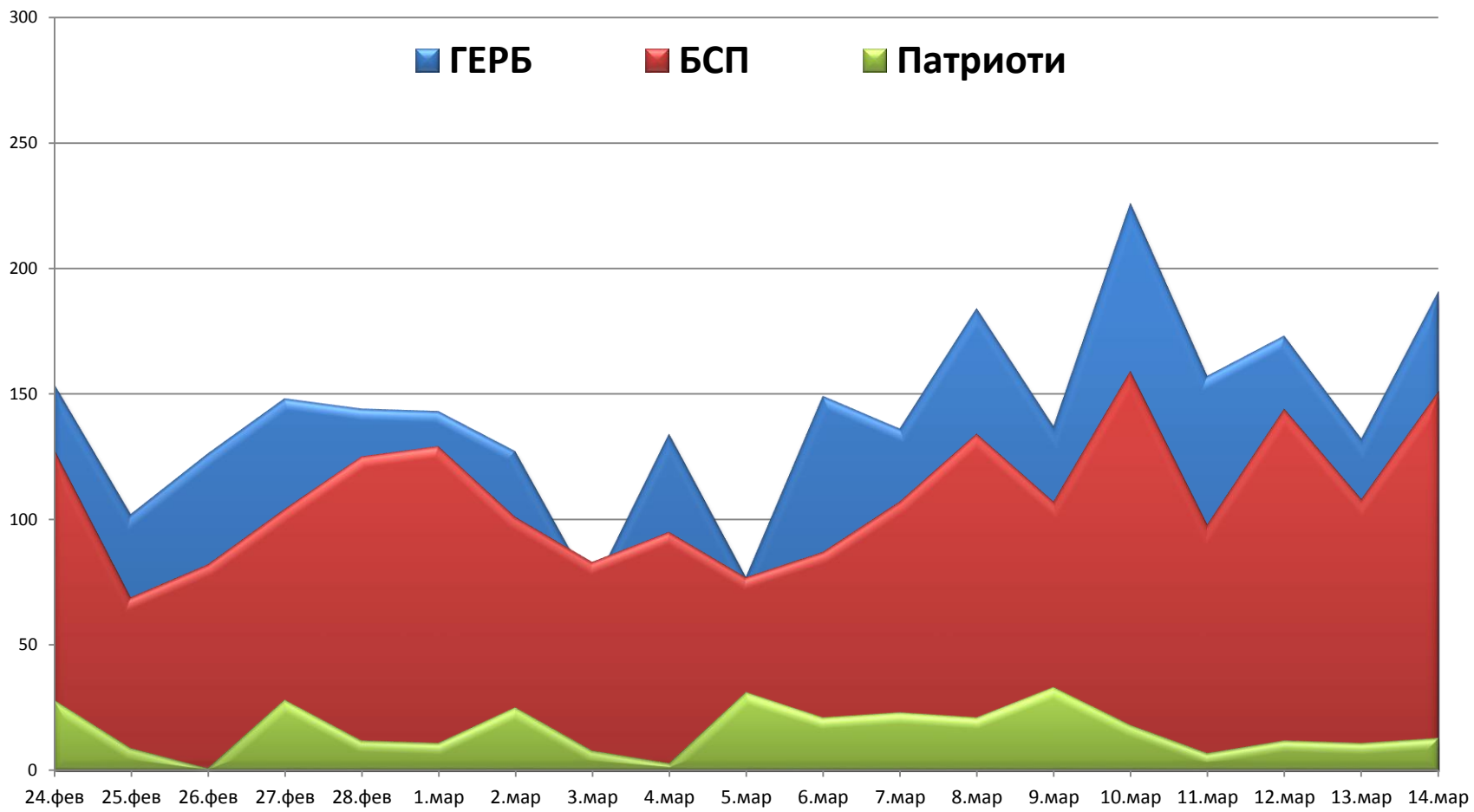
# Интензивност на политическото съдържание в наблюдаваните медии в рамките на изследвания период (24.02. – 14.03.)



# Брой споменавания на партии и коалиции в рамките на изследвания период (24.02. – 14.03.)

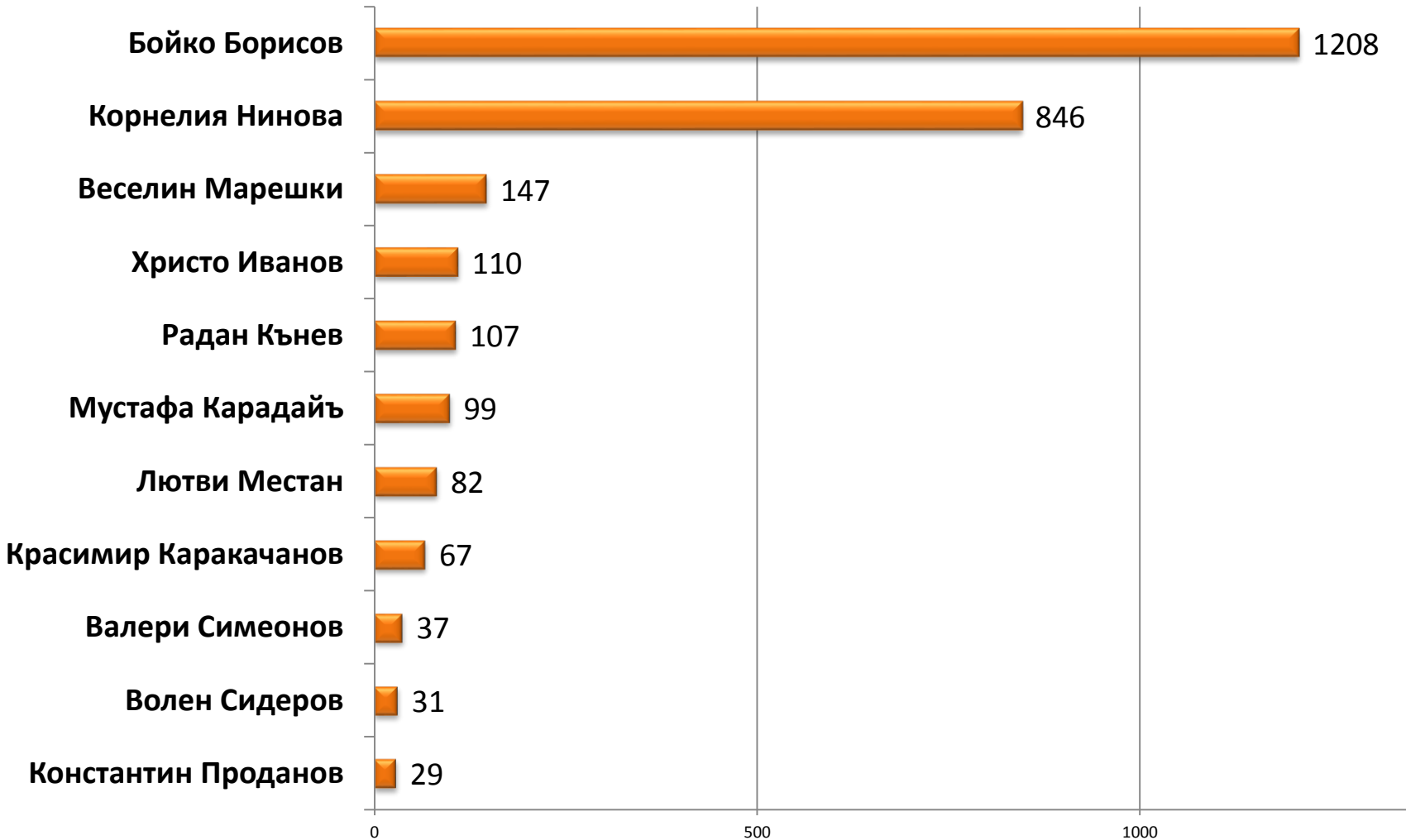


# Интензивност на споменаванията на ГЕРБ и БСП в рамките на изследвания период (24.02. – 14.03.)

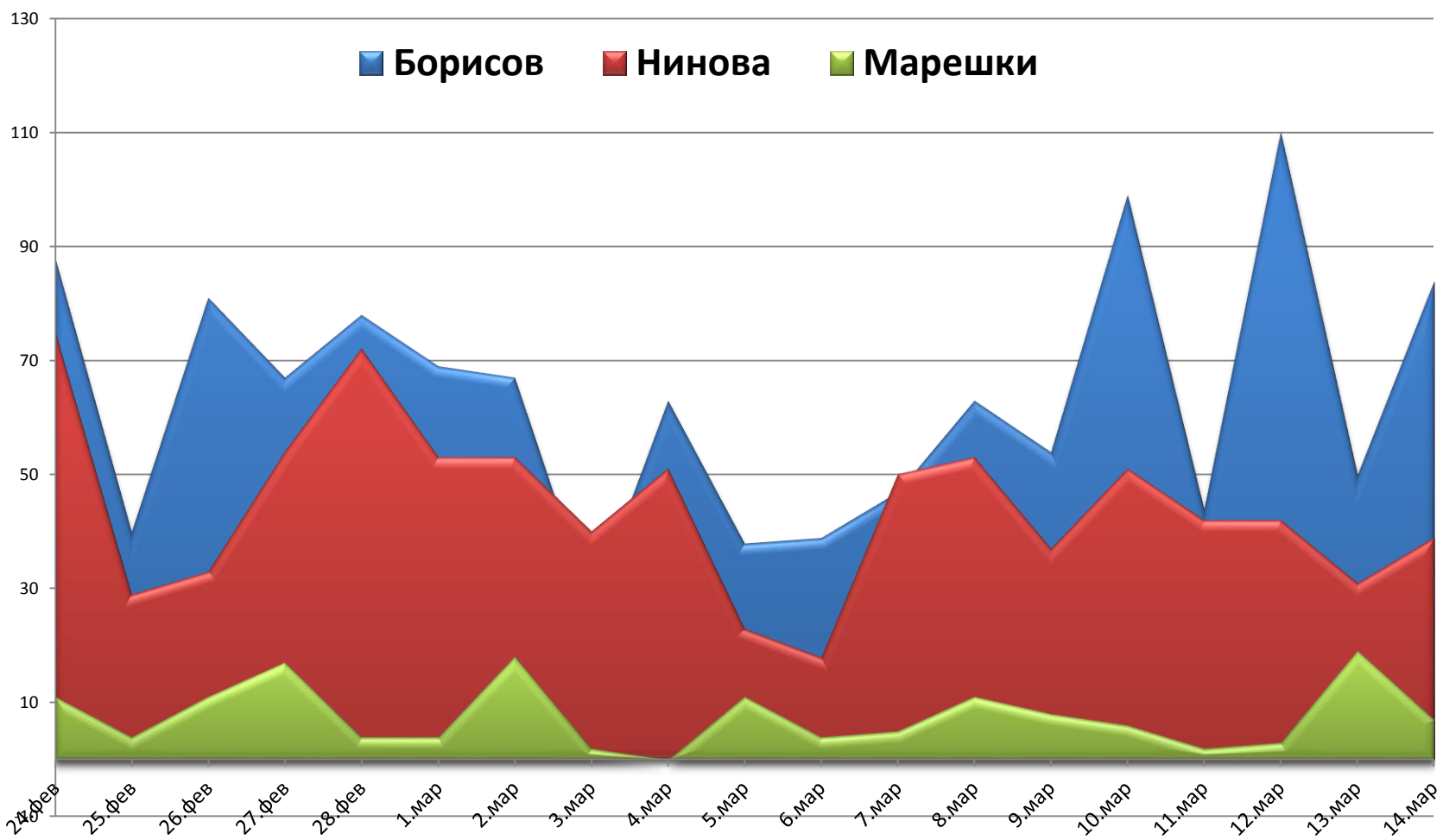




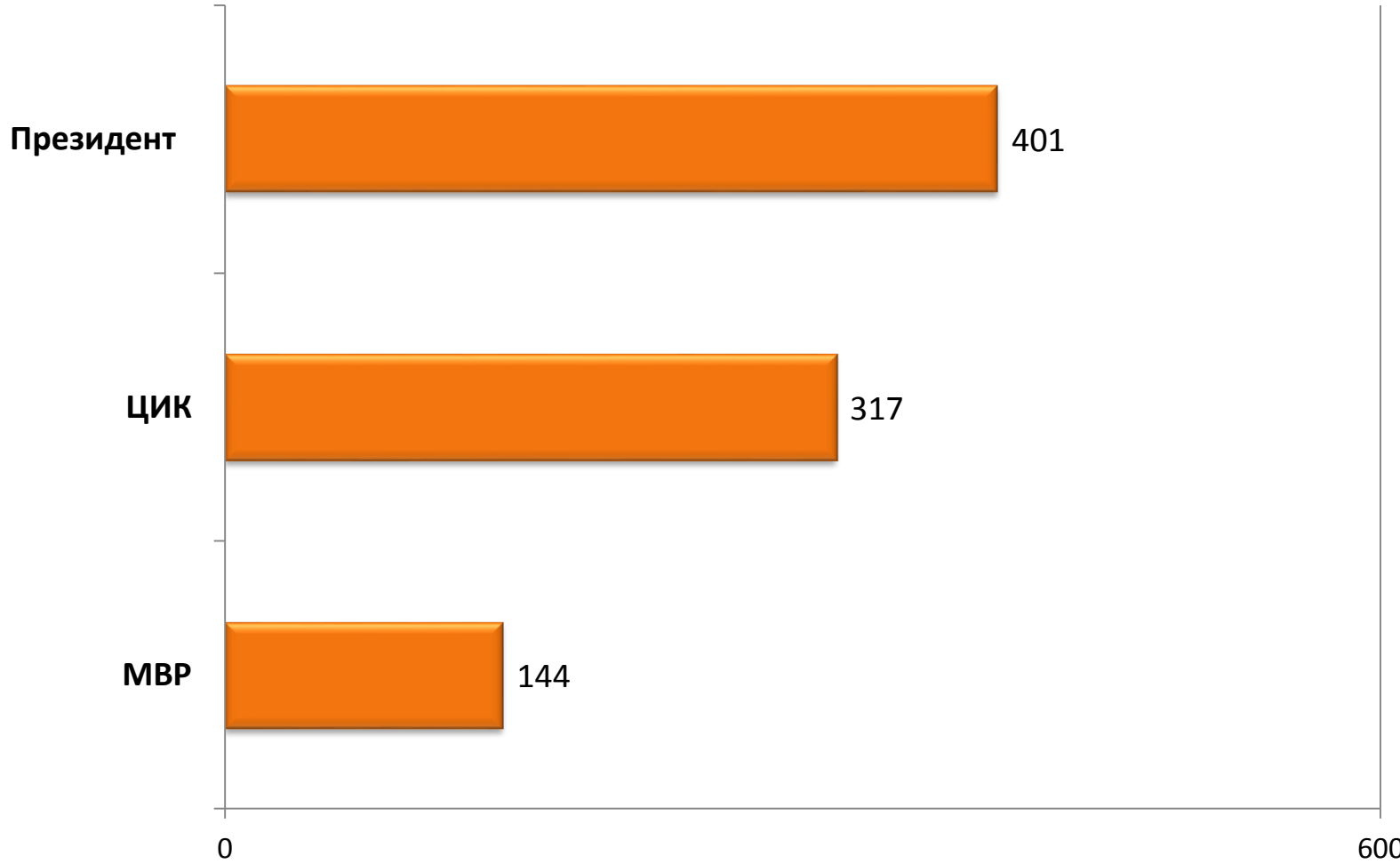
# Брой споменавания на лидери на партии и коалиции в рамките на изследвания период (24.02. – 14.03.)



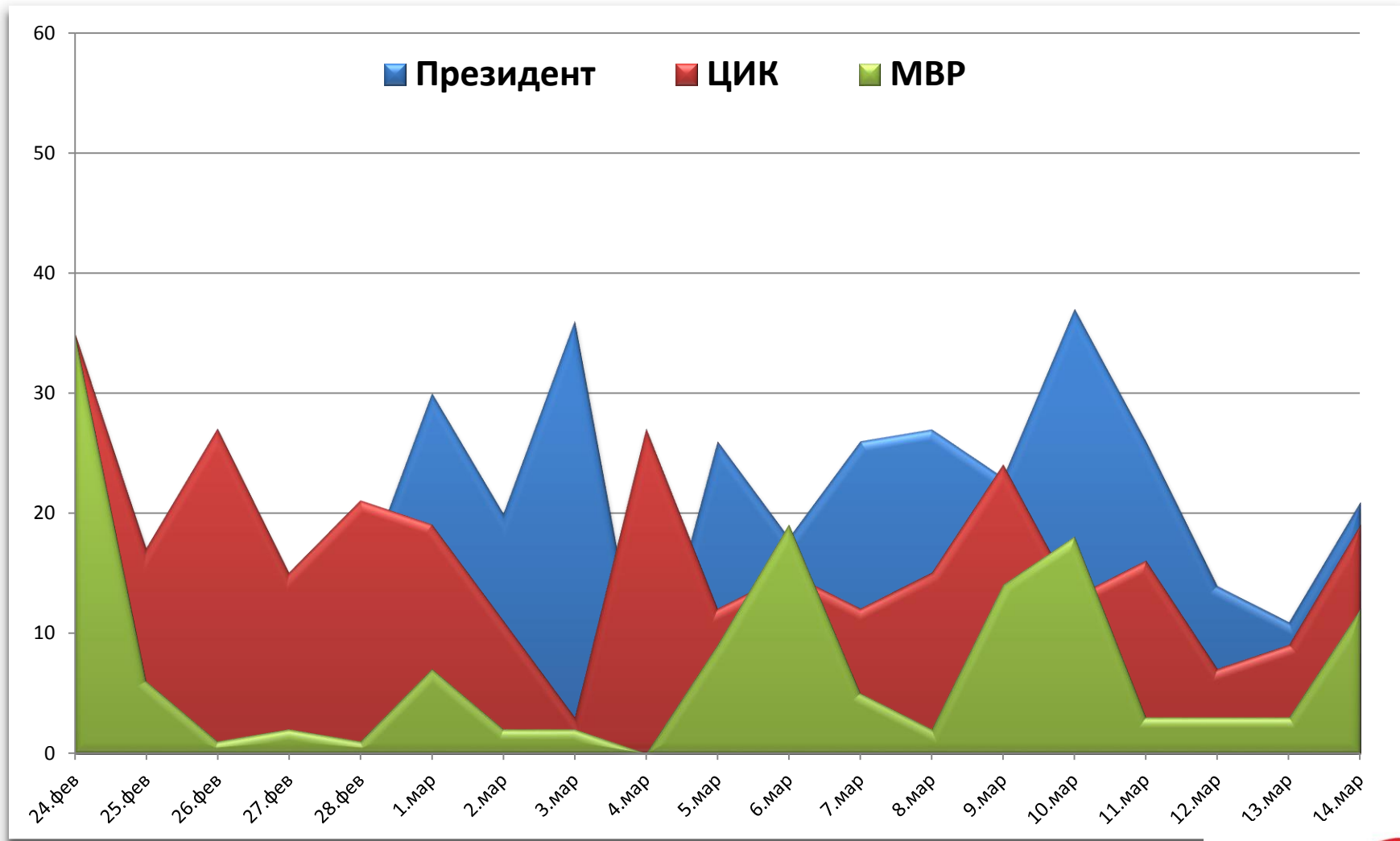
# Интензивност споменавания на Бойко Борисов, Корнелия Нинова и Веселин Марешки в рамките на изследвания период (24.02. – 14.03.)



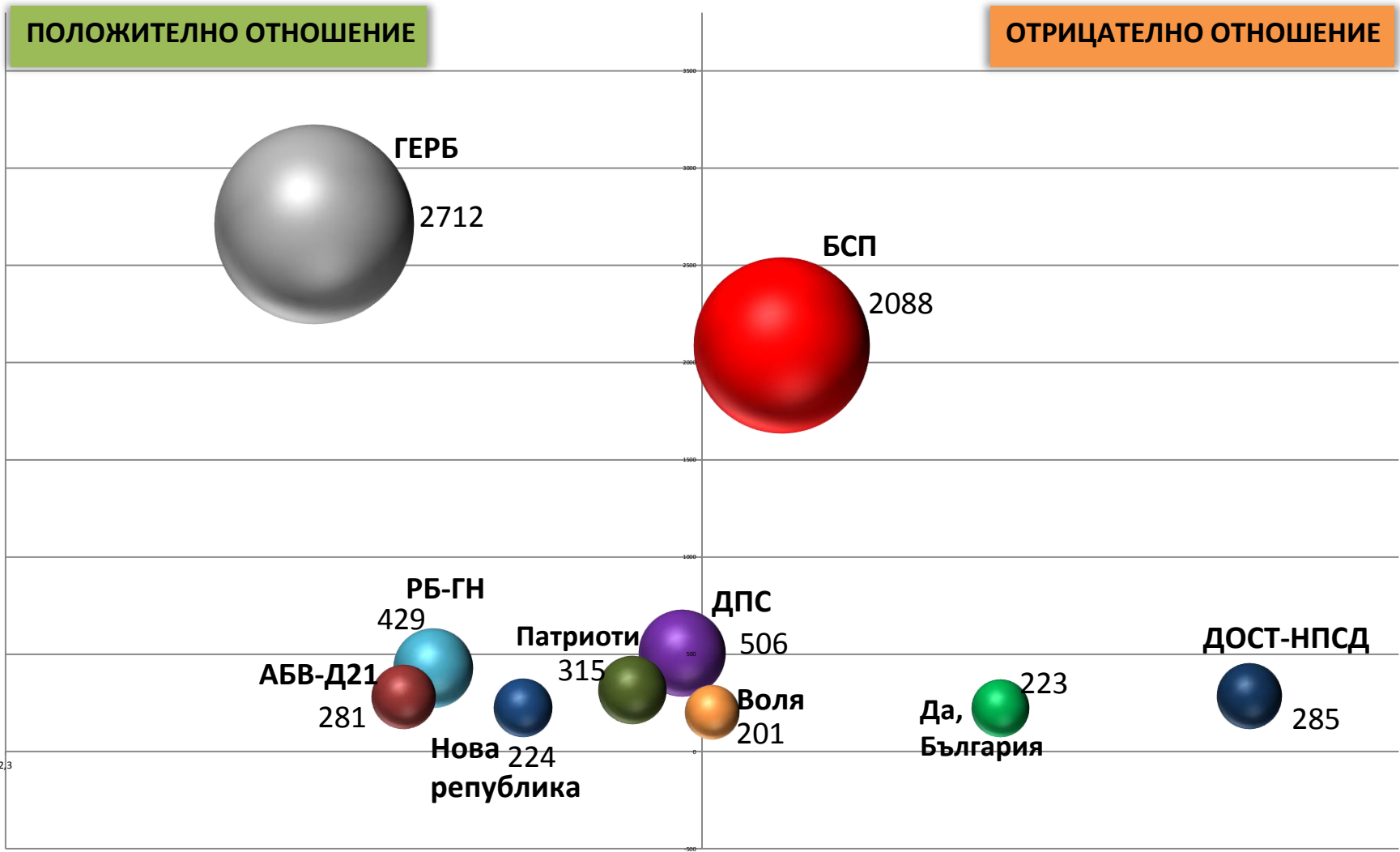
# Брой споменавания на ключови институции в рамките на предизборната кампания за изследвания период (24.02. – 14.03.)



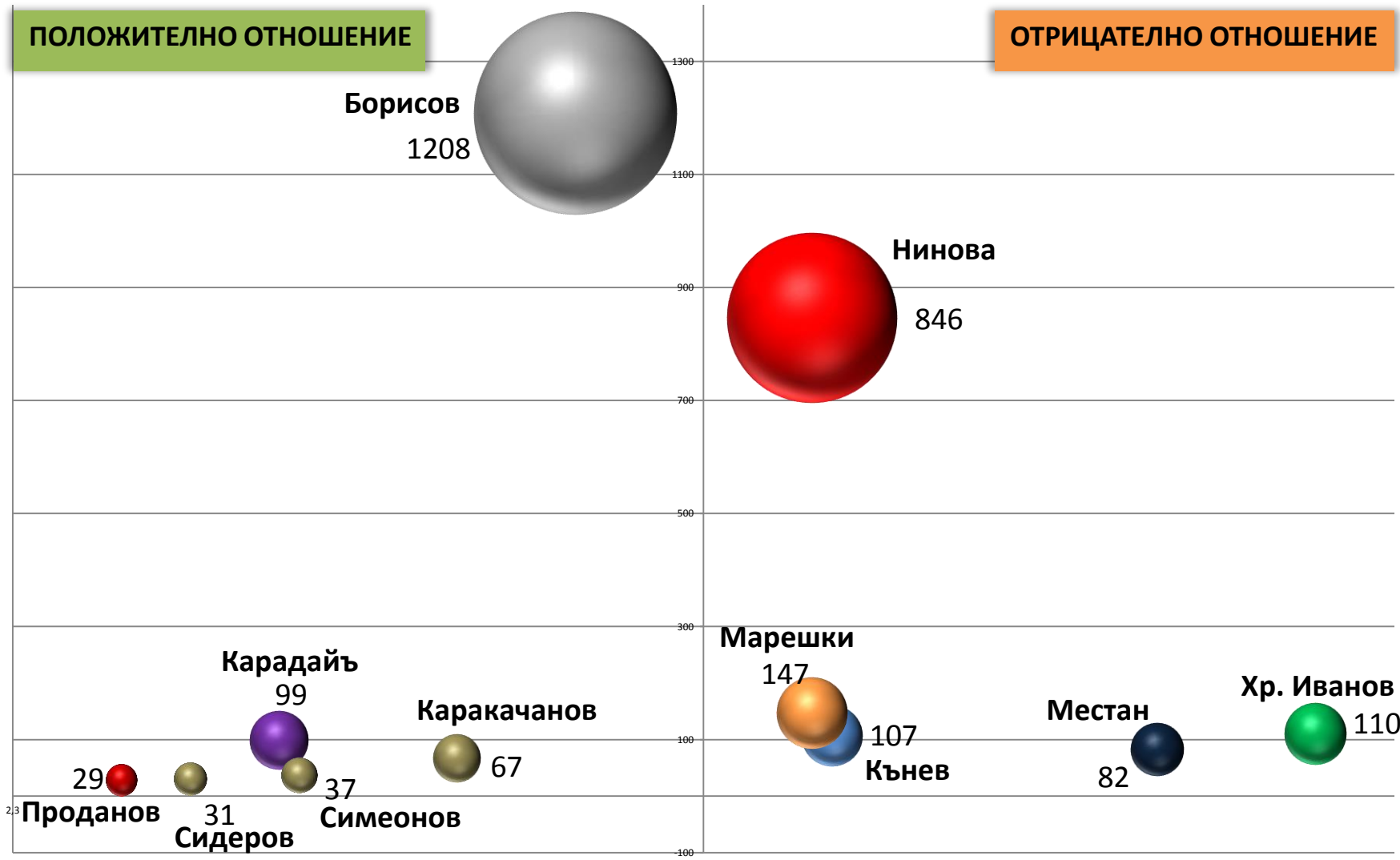
# Интензивност споменавания на Институциите: Президент, ЦИК и МВР в рамките на изследвания период (24.02. – 14.03.)



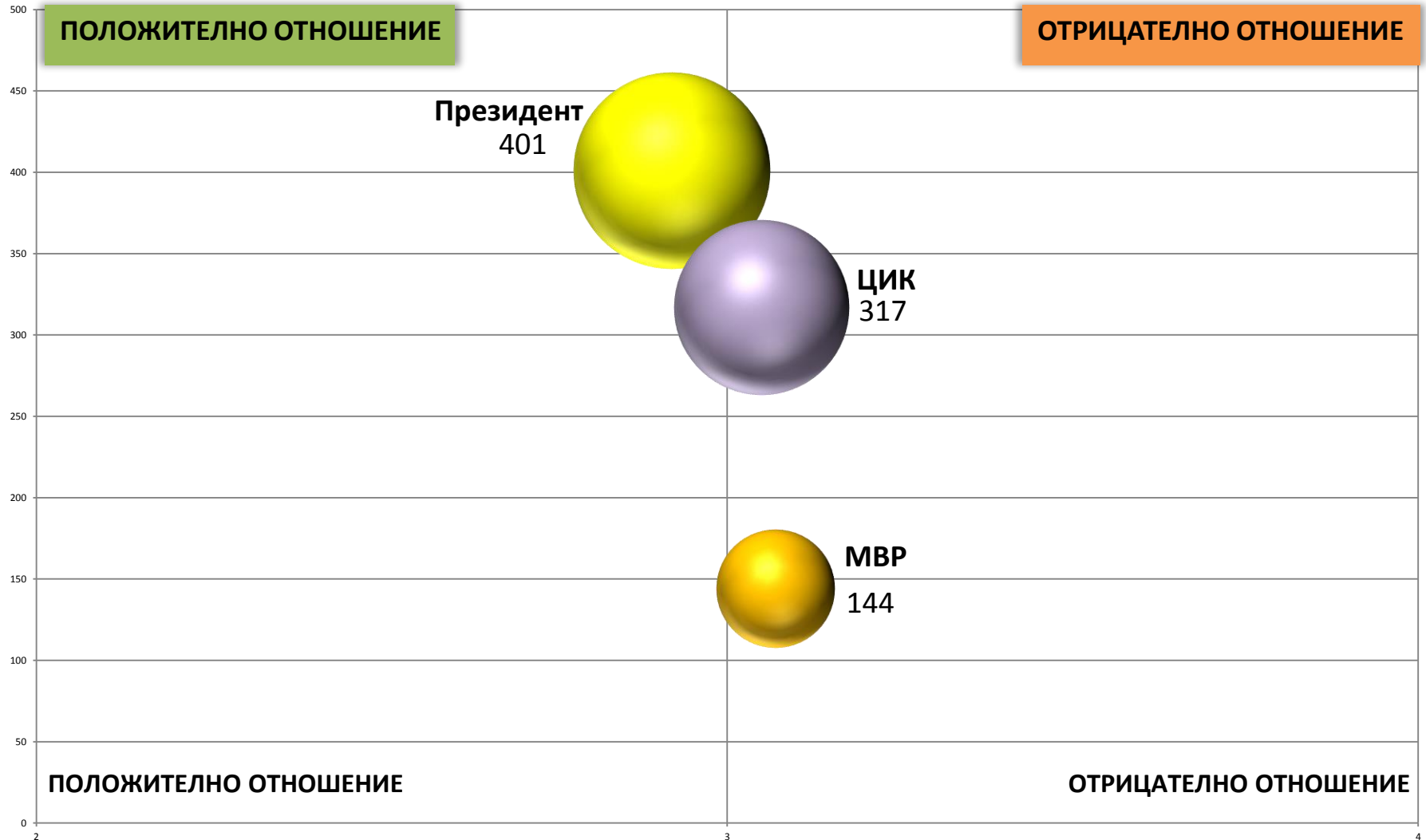
# Отношение към политическите партии и коалиции в рамките на изследвания период (24.02. – 14.03.)



# Отношение към политическите лидери в рамките на изследвания период (24.02. – 14.03.)



# Отношение към ключови институции кандидати в рамките на изследвания период (24.02. – 14.03.)



# Акценти:

- Кампанията беше очаквана и съвсем логично стартира с постоянно засилваща се динамика. Наблюдава се увеличаване на политическото съдържание с напредването на кампанията.
- Присъствието на двете политически сили ГЕРБ и БСП е доминиращо в сравнение с останалите политически сили. Това важи и за доминацията на двамата лидери Борисов и Нинова, като медийно присъствие.
- Въпреки това преднината на ГЕРБ пред БСП, както и на Борисов пред Нинова в полето на медиите е значимо и невъзможно за пренебрегване.
- По-малките партии са отразявани средно 8 пъти по-рядко от ГЕРБ, 6 пъти по-рядко от БСП, а респективно техните лидери средно 12 пъти по-рядко от Борисов и 8 пъти по-рядко от Нинова.
- Партия ГЕРБ, заедно със своя лидер е най-позитивния образ, обект на мониторинга. Това е съчетано с изразено медийно присъствие, което като обем не може да се сравнява с останалите претенденти.
- Забелязва се ясно тенденциозно отношение спрямо две коалиции – ДОСТ и Да, България. Те са системно най-негативно отразяваните формации, от определени медии в България. Това е видно от начина на споменаване на самите политически сили, така и от това на лидерите им.
- Институциите, пряко свързани с изборния процес, са отразявани относително обективно и безпристрастно.





Благодаря за вниманието!

