

## БНТ И БНР В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ: НОВИНИТЕ ПО ВРЕМЕ НА ПАНДЕМИЯТА ОТ КОВИД-19<sup>1</sup>

Илиана Павлова

### BNT AND BNR IN SOCIAL NETWORKS: NEWS DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Iliana Pavlova

**Резюме:** Статията представя резултатите от изследване на новините на БНТ и БНР в социалните мрежи в периода на обявеното извънредно положение в България във връзка с ограничаване на разпространението на Ковид-19 (13 март – 13 май 2020 г.). Целта е не само да се проследи как двете обществени медии присъстват на различните социални платформи за медийна дейност, но и дали и как изграждат своите социални мрежи (включително на своите сайтове) и какъв дневен ред на новините задават в условията на криза.

**Ключови думи:** БНТ, БНР, социални мрежи, COVID-19, извънредно положение

**Abstract:** The article presents the results of a survey of BNT and BNR news on social networks during the state of emergency in Bulgaria in connection of COVID-19 pandemic (March 13 to May 13, 2020). The aim is not only to explore how the both media are presented on the different social platforms for media activity, but also whether and how they build their social networks (including on their websites) and what news agenda they set in the conditions of crisis.

**Keywords:** BNT, BNR, social networks, COVID-19, state of emergency

#### Въведение

Темата за новините на обществените БНТ и БНР в социалните мрежи е избрана по няколко причини.

На първо място, периодът на изследване обхваща времето от 13 март до 13 май 2020 г. – времето на извънредно положение в България, обявено във връзка с предприетите в страната мерки за ограничаване на разпространението на Ковид-19. Във време на кризи от такъв характер и мащаб нараства необходимостта от достоверна и навременна информация, повишават се и очакванията към журналистите, особено към тези от националните обществени медии. В условията на ограничаване на правото

---

<sup>1</sup> Статията е изготвена в рамките на научно-изследователския проект „Медийната система и журналистическата култура в България (Изследване в светлината на трите модела за отношенията медии – политика на Халин и Манчини)“, реализиран по договор между ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ и Фонд „Научни изследвания“ от 2019 г.

на придвижване и на събирания, включително на политически демонстрации и политически живот като цяло, нараства ролята на медиите не само като посредник и тълкувател на събитията, но и като поле за критична публичност. Социалните медиаплатформи, от своя страна, са ключова инфраструктура за политически и публични дебати в условията на въведен ограничителен режим за социални контакти и наложена физическа дистанция.

Друг мотив от съществено значение за избор на темата и периода на изследване е налагащата се тенденция за развитие на медиите в мрежова среда и превръщането на сайтовете им в платформи за публикуване на редакционно съдържание, но и за „платформена социалност“ и свързаност на различни мрежи. Изследването цели да отговори на въпроса дали националните БНТ и БНР създават и поддържат поле на критична публичност в мрежова среда (социални мрежи около сайтовете на медиите, както и на други социални платформи за медийна дейност – Фейсбук, Туитър).

Не на последно място, цел на изследването е да се проследи как обществените БНТ и БНР присъстват в социалните мрежи и какъв дневен ред налагат на новините по време на извънредното положение в България.

Използваният метод на изследване е контент анализ. Представянето на резултатите е в последователността: медийното съдържание в социалните мрежи през периода на извънредно положение в България в количествен аспект, както и по теми на публикациите; потребителските взаимодействия с редакционното съдържание в мрежите на различните платформи за медийна дейност се отчитат по категории: (1.) потребителски коментари, (2.) потребителски реакции (харесване или чрез емотикони и изразяване на емоции – любов, гняв, тъга, загриженост, изненада и др.), и (3.) споделяния в мрежите.

## 1. Сайтовете на БНТ и БНР и социалните мрежи

На сайта на *Българската национална телевизия (БНТ)* [bnt.bg](http://bnt.bg) се поддържа единствено възможност за изпращане на потребителско съдържание, което след преценка от редакцията би могло да бъде включено в дневния ред на медията в рубрика „Твоята новина“. В същия раздел обаче „Сподели с БНТ“ възможността за обратна връзка с потребителите не е активна (актуално към 24.09.2020 г.).

Аналогично, на сайта на *Българското национално радио (БНР)* липсват възможности за социални взаимодействия. Медията разчита на споделянето на съдържанието на други платформи за медийна дейност.

## 2. БНТ и БНР в социалните платформи за медийна дейност

Присъствието на БНТ и БНР на социалните платформи за медийна дейност също е силно ограничено.

### • Българка национална телевизия (БНТ)

Официалният профил на БНТ1 във Фейсбук [@bnt.edno](https://www.facebook.com/bnt.edno) не е поддържан (<https://www.facebook.com/bnt.edno>). Липсват публикации за периода на извънредното положение в България.

Емисиите на новините на БНТ1 са с уточнението: „*Виж повече от „По света и у нас“ – новините на БНТ*“ във Фейсбук на [@novinite.bnt](https://www.facebook.com/novinite.bnt), като представянето на канала е с хаштаг *#СподелямВажното* (този профил ще бъде разгледан детайлно във връзка с новините на обществената медия – <https://www.facebook.com/novinite.bnt/>).

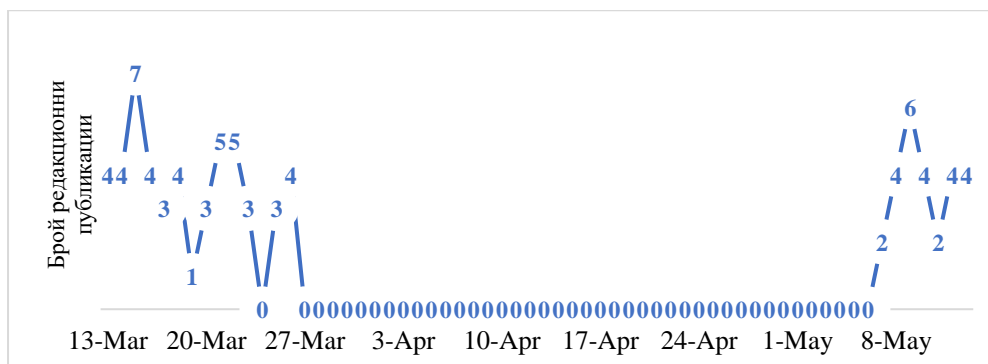
Профилът „*По света и у нас*“ – новините на БНТ“ [@BNT\\_NEWS](https://www.twitter.com/bnt_news) в Туитър ([https://www.twitter.com/bnt\\_news](https://www.twitter.com/bnt_news)) е от април 2012 г., но не е активен. Последната публикация е от 20.05.2019 г. (по данни към 24.09.2020 г.)

### • Българско национално радио (БНР)

Въпреки че официалният профил на БНР в Туитър [@bnrbg](https://www.twitter.com/bnrbg) (<https://www.twitter.com/bnrbg>) е със слоган „*Слушайте ни вече и тук*“, последната публикация в мрежата е от 2010 г. (по данни към 24.09.2020 г.).

Официалният Туитър профил на БНР – програма „Хоризонт“ @BNRHorizont е от 2018 г. (<https://www.twitter.com/bnrhorizont>), но и той не е поддържан. Последната публикация в мрежата е от 12.02.2020 г. – дейността на профила е преустановена непосредствено преди възникването на кризата с Ковид-19 в България и месец преди обявяването на извънредното положение в страната (по данни към 24.09.2020 г.).

Националното радио има официален профил във Фейсбук @bnradio. Публикационната дейност обаче за периода на извънредно положение в България е силно редуцирана. На практика от 26 март до 7 май 2020 г. официалният профил на БНР във Фейсбук не функционира, респективно – отчита се и нисък ръст на потребителски взаимодействия с редакционното съдържание в мрежата. Виж данните на *Графика 1* и *Графика 2*.



**Графика 1.** БНР във Фейсбук @bnradio – брой публикации за периода на извънредно положение в България (13.03.2020 – 13.05.2020 г.)



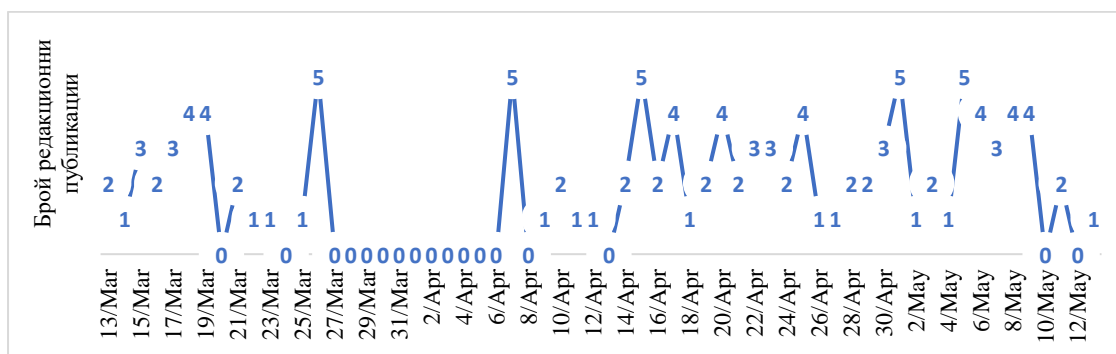
**Графика 2.** БНР във Фейсбук @bnradio – брой коментари, споделяния, реакции (13.03.2020 – 13.05.2020 г.)

Според информация от сайта на БНР акцентите от деня се представят на Фейсбук страницата БНР „Хоризонт“ – „Новините на БНР – програма Хоризонт“, @HorizontBNR (<https://www.facebook.com/HorizontBNR>).

### 3. Новините на БНТ и БНР във Фейсбук

#### • „По света и у нас“ – Новините на БНТ във Фейсбук, @novinite.bnt

„По света и у нас“ – Новините на БНТ за двумесечния период на извънредно положение в България (13 март – 13 май 2020 г.) има общо 116 публикации, коментарите от потребители са 830, споделянията на медийно съдържание са 1031, а реакциите от потребители на мрежата във Фейсбук – 5004. Медията има прекъсвания в дейността си в мрежата, включително и за по-голям период от време – от 27. март до 6. април липсват публикации. Като цяло публикационната дейност е изключително ниска и нерегулярна. Практически каналът на *Новините на БНТ* не е надежден източник за осведомяване, особено във време на извънредно положение и наложена карантина в страната.



**Графика 3.** Брой публикации в мрежата „По света и у нас“ – Новините на БНТ във Фейсбук, @novinite.bnt, за периода на извънредно положение в България (13.03.2020 – 13.05.2020 г.)

В тематичен аспект преобладават новините, свързани с предстоящи пресконференции на Националния оперативен щаб, премиера и ресорни

министри, както и излъчвания на живо на тези пресконференции, а също и разширени информации от тях – статистически данни за заболяемостта и разпространението на вируса, предприети мерки от правителството, ограничаване на режима за придвижване и наложена карантина. От общия брой изследвани публикации в 8 се дава информация за разпространението на Ковид-19 по света, като за периода липсват други международни новини. Отправят се различни апели на известни българи „Да си останем вкъщи“.

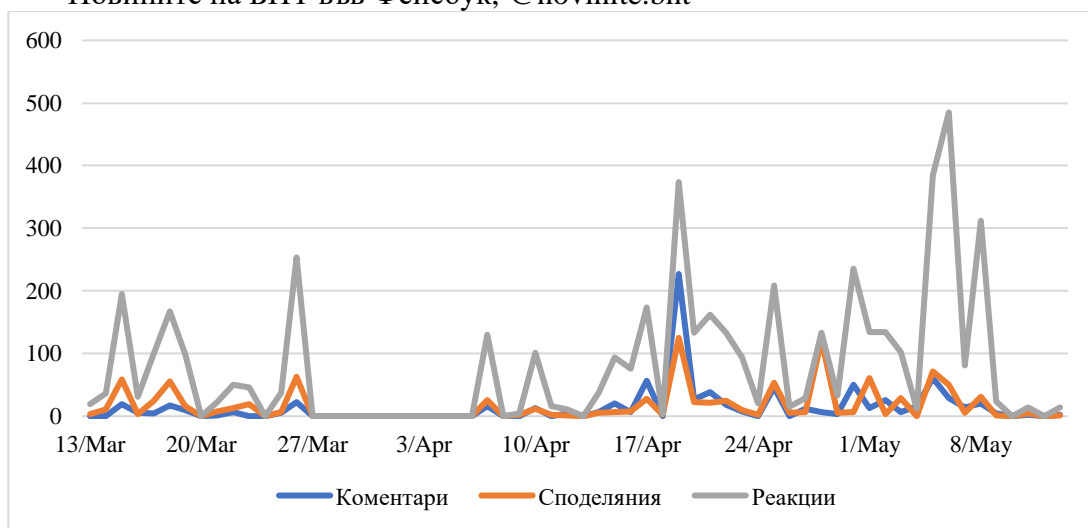
Медията отбелязва различни годишнини и празнични дати като Гергьовден и Деня на българската армия 6 май (7 публикации), Деня на Европа, 144 години от Априлското въстание, Световния ден на здравето, 100 години от рождението на Валери Петров. Липсват обаче новини за редица други чествания и годишнини през периода.

В дневния ред на *Новините на БНТ* в социалната мрежа присъстват също информации за катастрофи, избягал от карантина и заловен, повдигнато обвинение на певицата Лилана, задържане на Волен Сидеров. Общо 5 публикации са свързани с катастрофата и смъртта на журналиста Милен Цветков, а 2 публикации – с побоя над журналиста Слави Ангелов.

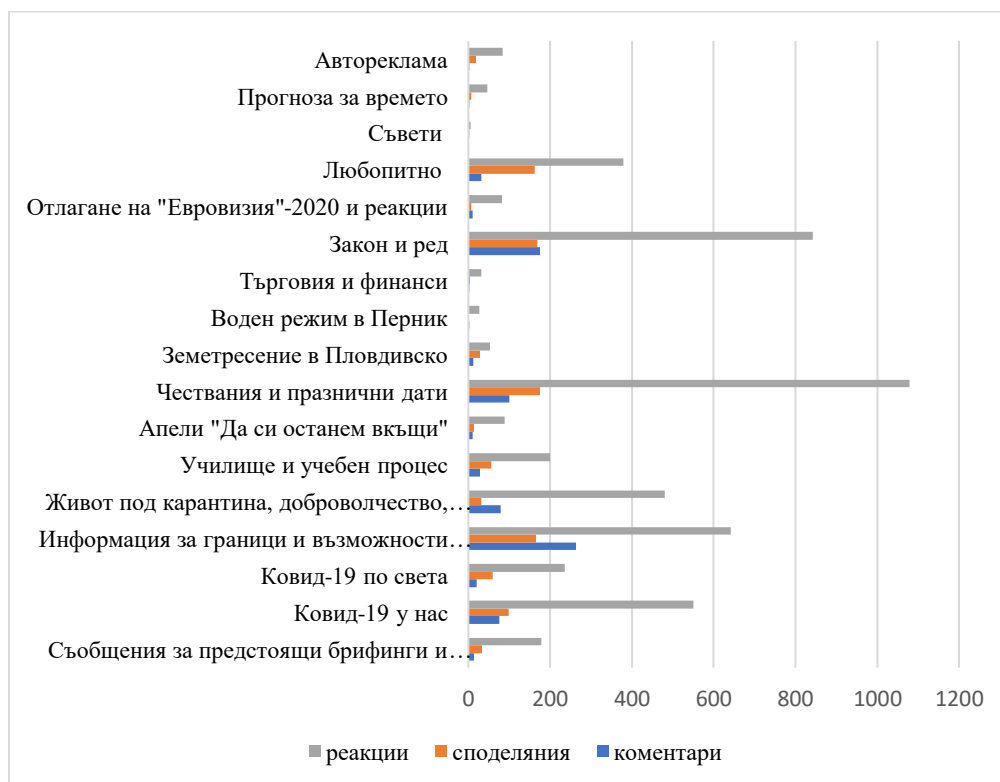
Общо 16% от общия брой публикации за периода, са публикации посветени на любопитни и занимателни теми (мъж в Дубай иска разрешение да се движи между къщите на двете си съпруги; пандемията предсказана в комикс; сателитите на Мъск над България и др.), различни съвети (как да се предпазим от телефонни измами, как да дезинфекцираме автомобила си и др.), информация за отлагането на Евровизия 2020 и реакции, прогнозата за времето, автореклама.



Графика 4. Брой публикации по теми на новините, „По света и у нас“ – Новините на БНТ във Фейсбук, @novinite.bnt



Графика 5. Брой взаимодействия с редакционното съдържание в мрежата във Фейсбук, „По света и у нас“ – Новините на БНТ @novinite.bnt

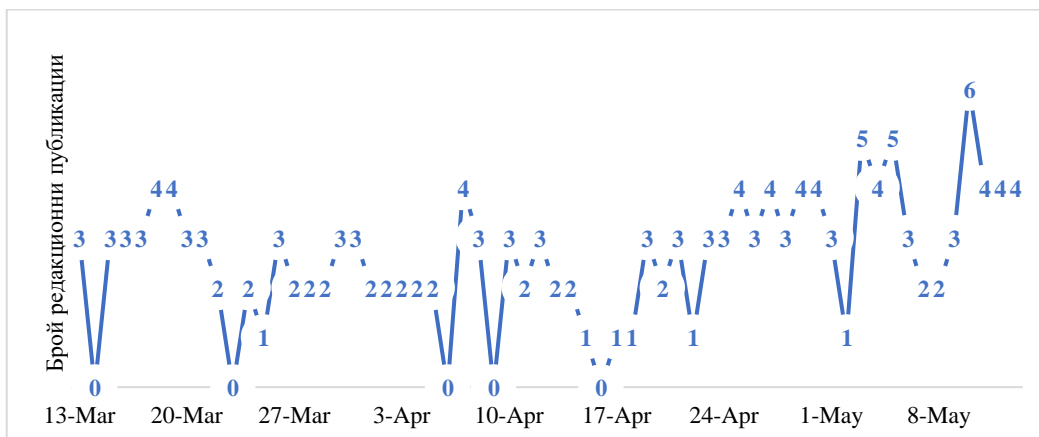


**Графика 6.** Потребителски реакции по теми на новините, „По света и у нас“ – Новините на БНТ във Фейсбук, @novinite.bnt

- **„Новините на БНР – програма Хоризонт“ във Фейсбук, @HorizontBNR**

Общо за периода „Новините на БНР – програма Хоризонт“ има 160 публикации в социалната мрежа @HorizontBNR във Фейсбук. Коментарите на потребителите са 389, споделянията на медийно съдържание – 1299, а реакциите на потребители са общо 2669. Публикационната дейност за периода е изключително ниска, като се открояват дни с нулева публикационна дейност. На практика обещаното на сайта на медията, че акцентите от деня ще се представят на Фейсбук страницата *БНР „Хоризонт“* @HorizontBNR – „Новините на БНР – програма Хоризонт“, не се спазва.





**Графика 7.** Брой публикации в мрежата БНР „Хоризонт“ – Новините на БНР програма „Хоризонт“ във Фейсбук

В тематичен аспект преобладават съобщения за предстоящи пресконференции и излъчвания на живо на пресконференции на Националния оперативен щаб (НОЩ), министър-председателя и ресорни министри – общо 33 публикации в мрежата. Забелязва се обаче нерегулярност в преките излъчвания, доколкото брифингите за ежедневни, а в отделни случаи и по няколко на ден.

За разлика от „По света и у нас“ – Новините на БНТ във Фейсбук, @novinite.bnt, „Новините на БНР – програма Хоризонт“ включват в дневния си ред различни мнения, анализи и прогнози (18 публикации) и представят по-широк кръг от теми.

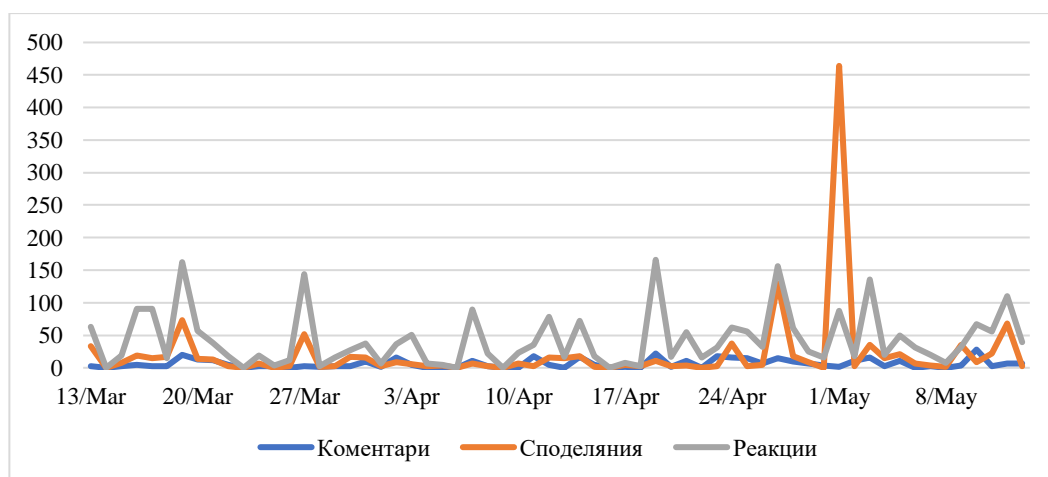
В тематичната група „Закон и ред“ се обособяват публикации, свързани с повдигнато обвинение на певицата Лилана, побой над журналиста Слави Ангелов, повдигнато обвинение на председателя на фармацевтичния съюз Асена Стоименова заради интервюта по БНР и БНТ; информация, че причинилият смъртта на журналиста Милен Цветков Кристиан Николов няма да обжалва ареста си.

В дневния ред на новините на БНР в мрежата са включени и теми, свързани с чествания и годишнини (144 години от Априлското въстание, Великден), култура (изпълнения на Андрея Бочели, читатели и писатели по време на карантина и др.), полезни съвети (какво трябва да знаят

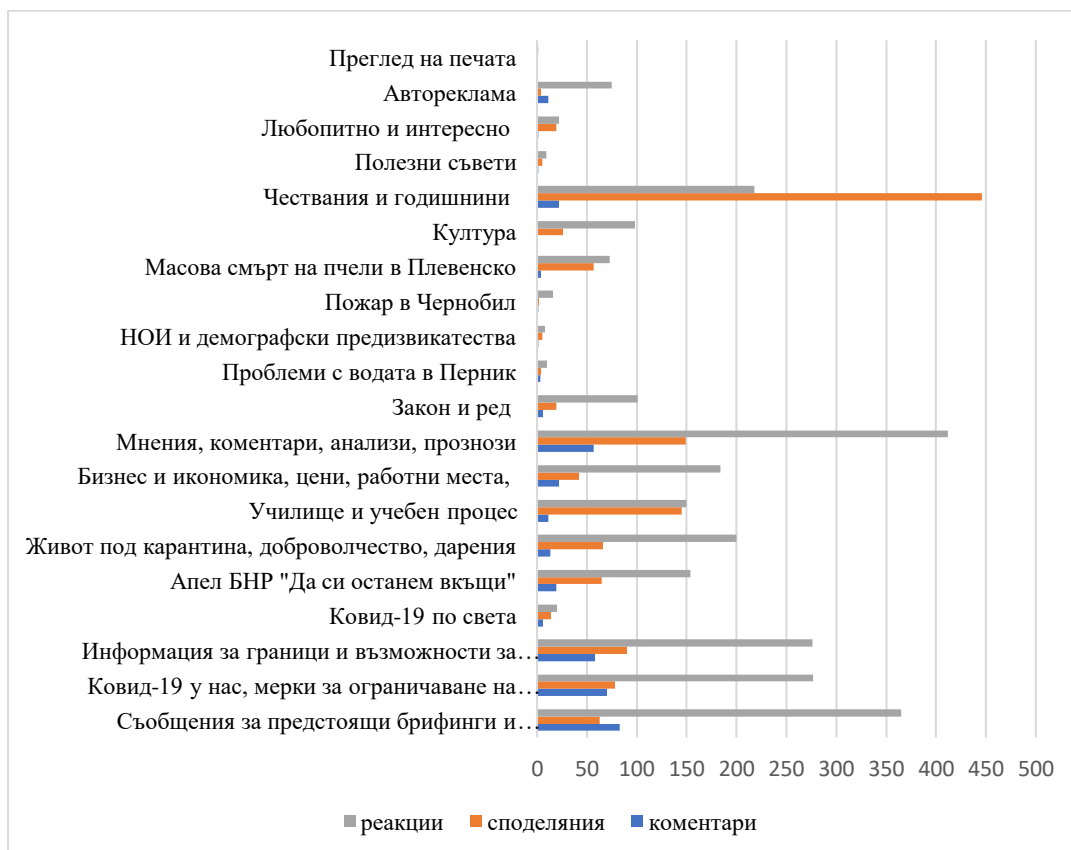
бременните, сънят и хранителните навици, дезинфектант или козметичен продукт), любопитно и интересно (питка с мед срещу чумата, какви маски носят световните лидери, как се забавляват хората по света).



Графика 8. Брой публикации по теми на новините БНР „Хоризонт“ – Новините на БНР програма „Хоризонт“ във Фейсбук



Графика 9. БНР „Хоризонт“ – Новините на БНР програма „Хоризонт“ – потребителски взаимодействия с редакционното съдържание в мрежата



**Графика 10.** Потребителски реакции по темите на новините в мрежата във Фейсбук, БНР „Хоризонт“ – Новините на БНР програма „Хоризонт“

#### Изводи и обобщения:

1. Сайтовете на БНТ и БНР не предлагат възможности за изграждане и поддържане на социални мрежи около редакционното съдържание и водещите теми на деня, липсват форуми за коментари и възможности за обратна връзка с потребителите.

2. Двете обществени медии не използват активно социалните платформи за медийна дейност. Във Фейсбук представянето на новините и взаимодействията с потребителите през периода на извънредно положение в България са изключително ограничени. Отчита се нерегулярност на публикациите и периоди с нулева медийна дейност.

3. Забелязва се определена инцидентност в публикационната дейност на БНТ и БНР и липса на комуникационна инициатива. Съдържанието от сайтовете на националните медии се споделя в мрежите им във Фейсбук без да се комуникира и без да се инициира диалог с потребителите. Социалните платформи за медийна дейност не се използват с цел създаване на критична публичност и диалогичност, особено необходими в условията на извънредно положение в България и наложен режим за физическа дистанция.

4. Новините на националните обществени медии са силно ограничени тематично и не покриват „важното от деня“, въпреки че, например, при БНТ1 представянето на новините е с уточнение: „*Виж повече от „По света и у нас“ – новините на БНТ*“ @novinite.bnt, а каналът е с хаштаг #СподелямВажното.

5. Националните обществени медии превръщат профилите си във Фейсбук в канали за връзка към сайтовете си и с преки излъчвания на пресконференциите на Националния оперативен щаб (НОЩ), министър-председателя и отделните министри; профилите на двете медии във Фейсбук са по-скоро алтернатива на телевизионния канал или радио ефира по отношение на преките излъчвания. Същевременно обаче тези излъчвания на живо в каналите на медиите във Фейсбук се отличават със сериозна нерегулярност.

6. Най-много потребителски реакции, споделяния и коментари в профилите на двете медии във Фейсбук събира медийно съдържание, свързано с чествания и годишнини, с любопитна и забавна информация.

### **Заклучение**

Съвременните технологични възможности и цялостната комуникационна среда благоприятстват създаването и поддържането на социални мрежи на различни платформи за медийна дейност. Една от ключовите насоки за постигането на оптимални комуникационни цели обаче е в синхронизацията на комуникационните канали и медийната дейност в различните социални мрежи, с регулярност на комуникационните

взаимодействия с потребителите и с активност, съответстваща на потребността от информация. В най-пълна степен това важи за обществените медии, определящи дневния ред на новините във време на извънредно положение в страната и наложена физическа дистанция.

Културата на споделянето и участието (participatory culture) има важна роля в съвременната журналистическа дейност. Степента ѝ на развитие се определя от различни фактори (технологични, културни, политически, социални) и варира съобразно различните държави и медийни системи, както показват и резултатите от международен сравнителен анализ за ангажираността на потребителите на онлайн новини, предоставяни от новинарските уебсайтове и от социалните медии (Kalogeropoulos et al. 2017). Изхождайки от резултатите на направеното проучване на социалните мрежи на БНТ и БНР по време на извънредното положение в страната и кризата с Ковид-19 обаче, може да се добави, че за потребителската ангажираност с новинарско съдържание определяща е и готовността на самите медии за взаимодействие с потребителите. Вероятно бъдещи по-задълбочени изследвания биха дали повече яснота около причините за тази слаба активност на националните медии в социалните мрежи, а и биха били с принос при характеризирането на българския медиен модел.

**Използвана литература:**

**KALOGEROPOULOS**, Antonis, Samuel **NEGREDO**, Ike **PICONE**, Rasmus **KLEIS NIELSEN** (2017). Who Shares and Comments on News?: A Cross-National Comparative Analysis of Online and Social Media Participation. *Social Media and Society*, SAGE.

**Използвани източници:**

**БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО РАДИО (БНР)** – *Официален сайт*, <<https://www.bnr.bg>>

**БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО РАДИО (БНР)** – *Официален Туитър профил*, <<https://www.twitter.com/bnrbg>>

**БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО РАДИО „НОВИНИТЕ НА БНР – ПРОГРАМА ХОРИЗОНТ“** – *Официален Туитър профил*, <<https://www.twitter.com/bnrhorizont>>

**БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО РАДИО „НОВИНИТЕ НА БНР – ПРОГРАМА ХОРИЗОНТ“** – *Официален Фейсбук профил*, <<https://www.facebook.com/HorizontBNR>>

**БЪЛГАРСКАТА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ (БНТ)** – *Официален сайт*, <<https://www.bnt.bg>>

**БЪЛГАРСКАТА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ (БНТ)** – *Официален Фейсбук профил*, <<https://www.facebook.com/bnt.edno>>

**БЪЛГАРСКАТА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ, „ПО СВЕТА И У НАС – НОВИНИТЕ НА БНТ“** – Официален Фейсбук профил, <<https://www.facebook.com/novinite.bnt/>>  
**БЪЛГАРСКАТА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ, „ПО СВЕТА И У НАС“ – НОВИНИТЕ НА БНТ** – Официален Твитър профил, [https://www.twitter.com/bnt\\_news](https://www.twitter.com/bnt_news)

**Проф. д-р Илиана Павлова** е преподавател в катедра „Журналистика и връзки с обществеността“ на Великотърновския университет „Св. св. Кирил и Методий“. Автор на книгите „Да споделяш в облаците. Новите медии и журналистиката“ (2012), „Професия журналист. Теоретични измерения, комуникационни модели, медийни практики“ (2016) и др. Научните ѝ интереси са в сферата на журналистиката, медиите и комуникациите, социалните медии и мрежи, интернет културата.

**Iliana Pavlova** is professor PhD at the Department of Journalism and Public Relations at the „St. Cyril and St. Methodius“ University of Veliko Tarnovo. She is the author of the books „To share in the clouds. New Media and Journalism“ (2012), „Journalist Profession“ (2016) and others. Her research interests are in the field of journalism, media and communications, social media and networks, internet culture.