

Концепция за развитието на
Българската национална телевизия
през следващите три години

Септември 2025 година

Автор: Невена Андонова

БНТ С ТЕБ

Всеки член на големия екип на Българската национална телевизия, без значение дали носи вода на гостите в студиото или е генерален директор, трябва да е наясно, че работи, косвено или пряко, за различното програмно съдържание на обществената телевизия. Какво е то, щом вече не само БНТ излъчва на живо парламентарни заседания, пресконференции, институционални събития, празнични церемонии, концерти, български филми, дори обръщения на имащите право на такива чрез обществените медии според Закона за радио и телевизия (ЗРТ)? Щом нейната официозност отдавна приключи? Щом не е държавно субсидираната телевизия с гарантиран комфорт откъд медийната реалност? Точно тази реалност покачва в пъти стойността на обществената медия. Нейната мисия е повече от изброеното. Много повече. Тя постановява подхода ѝ към всеки един от нас поотделно.

За да е нужна, респектираща и незаобиколим фактор, Обществената телевизия изважда зрителя от анонимността на единица в рейтинга. Мисли аудиторията като общност от личности, които намират себе си и своята гледна точка в нейните програми и опознават гледните точки на другите. Намира баланса между добрата част на телевизионните традиции и умножаващите се дигитални способности за достъп до медийно съдържание, до всички и по всяко време. Тя е лидер в информацията, коментара и анализа, в подкрепата и в участието си като субект в културни и образователни процеси. Разпределя съдържанието по своите програми и платформи така, че то да не потъва в програмен хаос и да стига първо до аудиторията, според степента на технологична грамотност и възможности за оборудване на различните поколения и социални групи в нея. Води зрителя, не го следва. Възпитава го, не робува на масови вкусове. Възстановява и поддържа за него смисъла на понятията за свобода, достойнство, демократизъм, права, отговорност, гражданин, европейец. Обществената ни телевизия следва да възпроизвежда България като част от

историческия и културен фундамент на Европа. Да я изважда от самодостатъчната ѝ маргиналност, в която обществените и държавни механизми са „други“.

Има ли нещо общо настоящата БНТ с гореописаната картина? Възможно ли е да е такава, каквато трябва да бъде?

Прескача ли трапа между себе си и зрителския интерес, за да оправдае повече инвестиране в нея, от каквото, без спор, има нужда? Защо БНТ все е подозирана в какви ли не грехове от кого ли не? Не е ли обществена номинално, а конюнктурна или, най-лошото – на „завладяната държава“ реално? Защо възпитано я назоваваме „националната телевизия“ (тя е Българската национална телевизия, но като разпространение и възприемане не само тя е национална), за да не я удостоим веднъж завинаги с титлата „Нашата обществена телевизия“?

Да, БНТ има ресурс да се справи с голяма част от предизвикателствата пред себе си, като се пренастрои на други етични, професионални и технологични обороти. За да се справи с другата, трябва да изисква законодателни промени и промени в начина, по който е възприемана от властови центрове и институции. Настоящата концепция предлага стъпки в тази посока през следващите три години.

I. Какво и как

1. Новини и публицистика

БНТ е време да осъзнае докрай предимството на своето финансиране. ЗРТ ѝ гарантира изчистена от поръчители среда за неопределено време, освен от един – обществото. За този лукс БНТ е длъжник само на този поръчител. Това следва да е ясно на нейните екипи, на видовете власти, на гражданските институции, на партиите. Зад бюджетната субсидията стои българското общество, не актуалната власт, която „дарява“ парите.

Днес БНТ е трета сила в новините и публицистиката измежду трите национални телевизии – според данните на приетите и

от нея измерватели на зрителския интерес. НО не страда от равнище на теми и гости. Равнопоставена е като равнище на работа и реализация, сравнено с общоприетото за националните телевизионни оператори. НО БНТ обяснява нелидерската си позиция като последица от своята различност. Няма как културните и социални ангажименти да пречат на лидерството в новините, коментара и анализа. БНТ счита за победа припокриването на новините и реакциите ѝ с тези на БТВ и Нова. От другата страна – от ковид кризата досега комерсиалните телевизии припознават като свое вменено на БНТ по закон поведение, за което дотогава бе оплаквана и подигравана – разбиването на редовната програма с извънредни включвания. Изравнени стандарти не са високи стандарти, те са повече от същото навсякъде. Със или без турбулентни времена еднаквостта на големите ги прави недостатъчни, дори съмнителни за граждански активния зрител, който търси изход от „казионния капан“. В информационния хаос **обществената телевизия е ориентир и маркер на истината. Как?:**

-Като двойно и тройно проверява информацията и я поставя **в контекст. Журналистите на БНТ следва да са образовани и с памет**, да огласяват първи не новината, а истината, да упорстват в постигането ѝ. Ако азбучните правила на журналистиката са практика, резултатът ще е различен;

-Разширява кръга събеседници и обекти на своето внимание;

-Като изгради **в пъти по-развита собствена кореспондентска мрежа и открива свои източници и медийни партньорства на Балканите, в Европа и света.** Въпрос на концепция и стратегии повече, отколкото на пари – дигитализираният свят го позволява. Глобализацията парадоксално означава и унифициране на информацията – медии информират и форматират медии. По правило обемът и качеството на собствената информация определят стойността и престижността на медиите. Това правило отново и тепърва ще доказва своята непоклатимост;

- Като **реабилитира собствената и в партньорство телевизионна документалистика** от горещите точки – десетилетна силна традиция на БНТ;
 - Регионалното съдържание е ключова характеристика на обществените доставчици**; равнопоставеността на регионите с центъра следва да е приоритет в пакета програми и при преоборудването на четирите „малки телевизии“ – регионалните центрове на БНТ;
 - „Регионално съдържание“ означава повече – значи да приобщава и отразява българските диаспори и общности на Балканите, в Европа и света**. БНТ трябва да е медията със своя професионална и любителска мрежа при всички тях;
 - Публицистиката в прайм тайм е запазена марка на БНТ**. Тя трябва да се съизмерва с образци на международно равнище, нещо повече – да си сътрудничи с тях. Водещите журналисти на БНТ имат капацитета да отдалечат хоризонта, да прогнозират, след като констатират. Поясите в широк прайм тайм, делничен и почивен, са територията и на международната политика, и на коментара и анализа на случващото се от страна на дейците на културата;
 - БНТ трябва да реабилитира разследващата журналистика** в ежедневните си информационни пояси в ефир и онлайн.
- Накратко: Проверена информация, поставена в контекст от компетентна гледна точка; собствени източници и развита кореспондентска мрежа – вътрешна и външна; развит анализаторски и коментарен широк прайм тайм пояс**

2. Културата като обект на БНТ, БНТ като културен субект

Година след старта си първото съдържание, което Българска телевизия добавя към едночасовото излъчване на официални съобщения и приказки за лека нощ, е телевизионният театър (ТТ). Излъчван е на живо от Студио 1 в Телевизионната кула. Близостта с драмите на българската култура е избран от нея приоритет в самото й начало. **Тук задачите са много и голямата им част БНТ е длъжна да решава сама според обществената си мисия:**

- БНТ информира за творци и събития, проследява процеси в максимално широк спектър – изкуства, фолклор,

религия, традиции, попкултура и пр., с неподозирано и от нишовата аудитория количество заглавия, доста от тях дублиращи се и изгубени в програмите на БНТ1, БНТ2, БНТ4 и като неадекватен пълнеж по БНТ3. Нивото на рубриките е драстично различно. **Ресурсът трябва се концентрира в мрежа от недублиращи се пояси, чиито водещи са възприемани като малки институции от собствените си обекти;**

-Общественият оператор трябва да **разказва от първо лице за международни събития с българско участие** и да създава партньорства с чужди медии и институти за другата, по-голяма част.

Заснемането на селектирани концерти от всички музикални жанрове и на спектакли – театрални, оперни, балетни, оперетни означава оригинална програма и попълване на националния културен фонд.

-**Концертите:** ключът е все по-добро качество на подбор и на телевизионния продукт, изграждане на партньорства с институции и фестивални линии, инициране на собствени концерти-събития;

-**Театър, опера, оперета, балет:** нищо не може да възпроизведе живия спектакъл. Дали заснемането го съхранява или съсипва е стар спор. Споровете нямат общо с попълването на архивния фонд за творци и изпълнители. Пълноценната им телевизионна реализация се случва при фиксирани програмни позиции – видими и откриваеми. Така невиденият от никого пълнеж се преобразява в уникално съдържание, приобщаващо аудитории. Периодично провокирана и отхвърляна е идеята за нов живот на ТТ. Днес жанровата му характеристика ще е хибрид между телевизия, театър и кино. Пример: **собствени постановки или заснемане на избрани спектакли от театралния афиш, излъчвани на живо, би било феномен;**

-**Поставящият творби и интерпретации в контекст** преформатира възприемането, възможно е като интродукция/коментар/анализ или обогатена автореклама.

3. БНТ и киното

Днес киното е и телевизия, телевизията е и кино. Зад тази констатация стоят милиардни бюджети на обществени и частни доставчици, платени канали, приложения, стрийминг платформи. Добра страна на глобалното село е и нашият достъп до всичко. Добрата новина е, че той не стопява интереса към българските сериали. БНТ е длъжна по наследство да бъде най-добрата – прави качествени сериали от 60-те години на XX век. **Актуалната медийна среда изисква от БНТ да следва обществената си функция като първа родна сила в телевизионно кино:** като продуцира и копродуцира филми и сериали с широк спектър теми, сюжети, жанрове – социални, исторически, литературни адаптации, комедии, детски, за тийн аудитория – програмирани в различни часови пояси на четирите програми и онлайн. Пример: младежки сериал с премиерно излъчване на онлайн платформа.

Неизползвани са механизмите за копродуциране с партньори в рамките на ЕСРТ/EBU, а резултатът ще е високо бюджетни продукции с разширена международна аудитория за български теми, сюжети, герои; –БНТ е единият от общо двата регламентирани национални източника (другият е ИА „НФЦ“) на финансиране на българско независимо кино. **Копродуцирането ѝ гарантира излъчване на филмите премиерно и с последващо свободно програмиране за 10-годишен период по всичките си канали.** На възмутените от този „неоправдан“ разход препоръчвам ограмотяване с практиките на водещите, всъщност на всички обществени европейски телевизии.

4. Фондът

Като създател и поддръжник на национален визуален фонд, БНТ има голямо предимство и голямо задължение.

Предимството: Разполага безвъзмездно с телевизионното наследство допреди 36 години, и на единствената допреди 25 години телевизия. Гладът за архивно визуално

съдържание на вътрешния и глобалния пазар неудържимо расте, стойността му съответно – също. **Задължението:** Настоящото излъчване на архив събужда спомени и показва неговото плачевно състояние. Механичното преформатиране от различни типове аналогови носители на файлове „дигитализира“ разрухата. Реалната дигитализация е сложен и скъп процес, финансиран по света заради двойното му остойностяване – опазва и възражда архива, инвестира в разрастващ се медиен пазар. Линия в Плана за възстановяване и устойчивост гарантира средства за поетапна дигитализация на националния филмов фонд чрез и в Българска национална филмотека. **БНТ трябва да се включи спешно в процеса на опазване и възраждане на своя Златен фонд.**

5.С възрастните, младите, малките

Реална социална полза и неизползван зрителски потенциал би имал **делничен ранен следобеден блок по БНТ1 за аудиторията в пенсионна възраст и социално чувствителните наши съграждани**, с актуална, включително сервизна информация, дискусии в широк спектър проблеми. Все още сме най-бедната членка на ЕС, с най-ниските пенсии, с еднакъв брой работещи и пенсионери, с най-много бедстващи социално слаби и неглижирани групи. Поясът трябва да е със „звездни“ водещи, с обратна връзка, с материали и от видео обмена в рамките на EBU. Нужно е съдържание, способно да се преборва с дневните пояси турски и индийски сериали;

– Задължителната **по определение максимална достъпност** изисква БНТ първа да активира постоянно актуализиращите се способности на достъп до съдържанието си за аудиториите със специфични потребности – с фокус и актуална информация в следобедния пояс, с постоянно активиране на отговорните институции, заедно с активиране на приложения за достъпност до програмата си, напр. с едновременни дублаж и субтитриране;

Младият зрител търси собствено присъствие на възможно най-много екрани. Това е ключът към него и включването му в създаването на съдържание и на образователни програми – да е **двигателят на собственото си огромяване и присъствие чрез БНТ, като го постига с хибридно развиващи се формати, които биха привлекли детска и млада аудитория, като я насочва и към съдържанието в ефир. Произволни примери:**

– „Детска спортна академия“; разгласата и развитието на формата ще съчетава ефир, онлайн платформа, социални мрежи – за да сме там, където са главните герои – онлайн. В случая премиерните излъчвания в ефир ще са по БНТ3;

– „Аз съм по-добрият“ – създаване в реално време на качествено видео от и за младите – в сътрудничество с висши училища по изкуствата (премиерно по БНТ2);

5. Оригинални формати и кампании

Постижима цел е формат на сезон – културен, образователен, с премиерни излъчвания според тематиката в различните нишови програми – като част от трайното им включване в навиците на аудиторията. Форматите привличат зрители и утвърждават бранда. Освен споменатите, защо не „Зелена България“, или „Глобалните българи“ (пак произволни предложения)? Като замисъл и въздействие оригиналните формати на БНТ са обществено полезни и въздействащи кампании. Обществената телевизия е призвана да отстоява каузи със силен обществен ефект и форматите ще са тяхната привлекателна реализация;

– Хуморът и сатирата са ключови за мащабна политематична и/или нишова културна програма. Не намирам и в себе си характер да гарантирам създаване и отстояване днес на сатирично шоу в програмите на БНТ. Нужно е равнище на възпитание и респект към медиите от страна на обектите. Обществената телевизия е тази, която трябва да намира и лансира създатели на медийни събития – каквото беше „Улицата“ преди почти 30 години. Може да набавя хумор на още плоскости – с комедийни/сатирични сериали, свои и чужди, и с т.нар. архивни класики, във фиксирани пояси.

7.ДИГИТАЛНОТО СЪДЪРЖАНИЕ – ПОРТАЛЪТ НА БНТ:

Дигиталните технологии извършват ежедневни революции със самите нас. Медийното бъдеще е равнозначно на развитието онлайн. **Обществената медия е призвана най-бързо да се преобразява в мулти/кросмедия:**

по определение първа осигурява свободен достъп до съдържанието си и обратна връзка с всеки и навсякъде. Порталът bnt.bg видимо се подобрява от първа страница. Успешната подкаст линия се реализира и в ефир. НО ако сравним онлайн присъствието на която и да е българска телевизия с която и да е европейска, има пропаст между богатството на материали тук и там. Напр., присъствието на емблематични рубрики е парадигматично подредено излъчено съдържание с малка стъпка назад; няма оттук моментална и разнопосочна връзка с най-добрия канал на българска телевизия в YouTube – нейния собствен канал. БНТ ще се преобрази в мрежата, като първо реализира „24/7“ стратегията digital first – разширява информацията с видео, текст, снимки в първо в уеб пространството (в ръцете ни постоянно), за да я обобщи в ефир. За да се възпроизвежда пълноценно и неповторимо онлайн, БНТ трябва още да:

- Разшири достъпа и улесни навигиране във Фонда си;
- Развива участието си в образователни процеси там, където са заинтересованите – онлайн, на платформи в портала. Пример: с партньорства с Министерство на образованието и науката, като предоставя визуални материали пряко за учебния процес и/или към хранилища на образователни ресурси със свободен достъп (OER);
- Осигурява достъп до културни събития на живо, до електронни библиотеки;
- Как и кога БНТ ще има собствена или в партньорство кино платформа и апликация за стрийминг или VoD? Ако стане цел, регламентът за спазване на права ще се намери, както го намират в цял свят;

-Социалните мрежи са пространство за светкавично рекламиране на продукцията, инициативи, кампании. Персонализираното онлайн присъствие и обратна връзка с лицата на БНТ трябва да се развие на концептуално ново ниво.

II. Какво, как и къде

Програмите на БНТ

Линейните телевизионни програми не загубват стойност и тежест, въпреки че днес всеки е програмният си директор. Доказват го сравнителни данни при свиването на пазара след пандемията – по-голямо при онлайн медиите спрямо традиционните телевизии с мултимедийни присъствия.

1. Политематичната БНТ1

БНТ1 е наследницата на „телевизията майка“, носи „бремето“ да е най-пълноценната политематична линейна програма. Тук се отварят и най-много „прозорци“ за извънредни институционални, спортни, празнични и пр. събития. Решението е в ясната базова схема, в която фундамент са информацията и продуцираните и копродуцирани филми/сериали, плюс оригинални формати/кампании. Тя е територията на т.нар. мейнстрийм съдържание, НО е длъжна да възпроизвежда интересите и проблемите на обществото ни в неговата цялост – да е личният канал и за културния деец, и за минималния процент наши съграждани все още без кабел/сателит.

Силни мейнстрийм филмови заглавия/сериали са добре дошли, когато и ако БНТ може да си ги позволи.

Накратко: Програмните „носещи колони“ на БНТ1 са поясната структура, информацията, коментара и анализа в широкия прайм тайм, собствено продуцирани и копродуцирани игрални и документални сериали, поредици, оригинални формати.

2. Нишови програми

Ясно структурираните тематични (нишови) канали са приоритет и вдъхновяваща цел на следващите три години.

Частните телевизии запълват тематичните си канали основно

с филми и спорт от дългосрочно договорени скъпи пакети – голямо като количество и хитово като качество съдържание. **Тематичните програми на обществените телевизия стъпват на тотално друга база – на пряка комуникация с различни аудитории според техните лични, социални и професионални интереси.** Нишовите канали на обществените доставчици изискват качествена профилирана приоритетно оригинална и тематична чужда програма.

БНТ2

БНТ2 предлага неподозирано от никого количество рубрики, европейско и световно кино, обмен в рамките на EBU, плюс изключително висок процент повторения. Голяма част от всичко не може да се предвиди и намери. Такава БНТ2 не е припозната като своята програма от когото и да било.

Целта трябва да е тъкмо това – да е своята програма на най-трудната и претенциозна аудитория – тази на доброто образование, на изградения вкус, дори на презрителното отношение към масовостта на мас медиите. И този зрителски сегмент вече търси специализирани линейни и онлайн медии с информация и лесен достъп до обектите на своя интерес. БНТ2 трябва да предлага първи излъчвания на собствена и национална оригинална кино и театрална продукция (повторенията на премиерната продукция на БНТ1 се подразбират); дискусии по отделните сектори; портрети на исторически и настоящи лица на изкуствата, образованието, науката; територия на независими сцени и алтернативна музика; взаимен обмен и копродукции в рамките на EBU, с научно-популярни, образователни, исторически канали. Тук е мястото на контекста, който обогатява възприемането на българска и чужда кино, сценична и телевизионна класика. Тук също е мястото на церемонии на национални, европейски и световни фестивали. БНТ 2 е гарантирана зона за българска и световна документалистика и анимация. Премиерно излъчване на оригинални формати би било ключово в утвърждаването на марката БНТ2.

БНТ3

Като регулярно съдържание не е класен спортен канал – каквито гледаме, наши и чужди, при определени условия чрез кабелните и сателитни доставчици.

-НО в следващите три години очакваме Световно първенство по футбол 2026-та в САЩ Мексико и Канада, Зимна олимпиада 2026-та в Италия, Лятна олимпиада 2028-ма в Щатите.

Ключовите сегменти се програмират по БНТ1, като с БНТ3 събитията се възпроизвеждат в цялост. За олимпиадите предимството за нас при добиване на лицензия е по линия на EBU. Поделено покриване на права при Световното по футбол – каквото партньорство бе отигравано неколkokратно досега, – продължава да е вариантът;

-Защо и как БНТ престана да е телевизията с права за важните първенства в силните за нас спортове, най-ревниво следени от българската аудитория? Задължителни са усилията грешката да се поправи в наша полза;

С какво и как да запълва останалото – много по-голямото си програмно време извън световните „бумове“?

-Приоритет следва да бъде българския спорт на българска територия, от очевидно необятното количество драми до оцеляващи напук на всичко и всички негови сегменти, през фен клубове и любителски спортове;

-Продължителен във времето оригинален формат/кампания, свързващ младите ни спортни звезди с приобщаване на малки и големи деца към масовия, любителския, защо не и професионалния спорт – споменатата като пример „Спортна академия“; ще привлече и задържи нови аудитории на БНТ3;

-Запълването на програмата би следвало да е т.нар. wellness съдържание – наше и чуждо. Класическа музика или перфиден джаз тук не върви.

БНТ4

Лицензирана е като канал за българите в чужбина. Онлайн светът обезсмисли този канал в сегашния му вид.

БНТ4 трябва да се преформатира в БНТ на Регионите у нас и по света – на Голямата България на Балканите, в Европа, Америките, Азия, Австралия, Африка...

Качествено оборудвани, четирите „малки телевизии“ на БНТ в Пловдив, Варна, Благоевград и Русе сами по себе си са огромен източник на съдържание тук. Съчетани със световните български региони и собствени и копродуцирани филми, формати, кампании, програмата заслужава максимално широко сателитно покритие.

Вариант за онлайн промотираща програма

Обществената телевизия е подходящ партньор на държавни, общински и граждански институции в продължително във времето стратегическо рекламиране на България като обект на културен, селски, масов, алтернативен и пр. туризъм. Онлайн платформа, продуцирана или копродуцирана от БНТ, следва да предлага съдържание на английски или на български с дублаж и субтитриране поне на английски. Продуциран и копродуциран от БНТ рекламиращ канал би обединил финансов, професионален, технологичен ресурс, за да се развие най-сетне в качествен резултат.

3. Достъпност на четирите програми

Високите такси за ефирното разпространение на каналите на БНТ провокират предложения за неговото премахване за два от тях. Договорът с мултиплекса, обслужващ реално само БНТ, **изтича през 2026-та. Предоговаряне на условията? Да. Свиване на достъпа до програмите на БНТ? Не. Мисията го изисква. Равноправният достъп до култура у нас е скандално нарушен. БНТ е длъжна да е част от решението на този огромен проблем.**

4. Визуално единство и свързаност между програмите

Разпознаването на медията се случва на мига с т.нар. опаковка. Тя е носител на общия стил и е знак за технологичното ѝ равнище. Ключови при намирането и задържането на аудитория са и програмните акценти в постоянната качествена автореклама, във взаимното промотиране между каналите, поясите, рубриките. Всички го знаят. Крайно време е и БНТ да покаже, че го знае.

III. Хората на БНТ, управление, финансиране, технологично развитие

1. Големият екип

Присъствието на БНТ като новина в други медии често е за раздутия щат (неоправдано харчи, а иска още) или е за съдебни дела срещу нея, заведени от оспорващи прекратени трудови договори. И в двата случая оценката за БНТ е отрицателна. Позорните уволнения през годините заради конюнктурен натиск създават алиби и „за справедлив гняв“ на уволнения, поради, например, некачествена работа или преструктуриране. Обществената телевизия е длъжна да обосновава публично наличния състав, уволненията и назначенията. Защо щатните служители в БНТ са повече от щата на двете водещи частни телевизии, взети заедно? Обемът собствено съдържание за всички канали е по-голям. Излъчва събитията в Православния и националния празнични цикли. Излъчва събития на държавно и институционално ниво. Поддържа телевизионни центрове. В собственото и в националното филмопроизводство участва със структура, която провежда конкурсни сесии и за едното, и за другото. Само тя превежда средства към дружествата за колективна защита на авторски и сродните им права. Изпълнява трудовоправната уредба, валидна за бюджетните предприятия. Но съотношението между нейните служители и тези в комерсиалните телевизии при идентични дейности не е в полза на БНТ. Големият щат трудно се оправдава с програми, които не се състояват реално в медийното пространство. **Анахронични представи за БНТ и за личния състав са фатални. БНТ не е място за резки движения, но е мястото, което трябва на светло да прецизира структурите си спрямо програмното съдържание и стратегическите цели с близък и далечен хоризонт.** Качественият скок в позиционирането ѝ на телевизионния пазар изисква повече ресурс за специализираните съдържание и програмиране, за онлайн съдържанието, за мултимедийното преформатиране, за маркетинг и автореклама по всички платформи, за качествен

PR. Инвестирането в обучаване на наличните изпълнителски екипи, в повишаване на квалификацията за дигиталното съдържание и в преквалификации е неотложно.

Преразпределяне на ресурс според програмните приоритети е също задължително. Но трябва да се привлекат силни присъствия от IT и PR секторите; само с вътрешно пренасочване няма да стане.

Два са признаците на дисбаланс в бюджета на БНТ:

- Невъзможната все още справедливост при заплащането по скалата от ниско квалифицираната работа до високо активни позиции на екран и в управлението;

- В бюджета делът за заплати е несъразмерно голям спрямо този за съдържание.

„Насърчаваме талантите си“ – заявяват членките на EBU в Декларацията си за основните ценности на обществените медии. БНТ трябва да развива квалификацията на своите служители, да налага знаковите присъствия, да намира и отглежда звезди. Това значи съответни възнаграждения и престиж. БНТ трябва да преоткрие това, което отдавна откри и без конкуренция през 90-те на XX в.

2. Управление и структура

2.1. Целта на всяка брънка във веригата не трябва да е запазване на статуквото, а да е все по-качествено съдържание. Инструментите за постигането ѝ са управление с мисия и адекватна структура и организация на работа. ЗРТ дава на петчленното ръководство – Управителния съвет (УС) и на Генералния директор, – огромен властови ресурс и огромна отговорност. Първият е стратегическо и оперативно ръководство едновременно, вторият – главният продуцент, последният подпис. **УС е добре да обмисли преформатиране на настоящия Обществен съвет в оперативно работещ Съвет за стратегическо развитие към генералния директор (ССР).** ССР участва в насочването и контролира програмите спрямо мисията на БНТ, преформатира интересите на обществото в съдържание с високо професионално качество. Съставът би трябвало да включва авторитети в своите сфери и колеги на ключови позиции и с водещо

присъствие в БНТ. **ССР ще е механизмът за защита на журналистическата свобода и независимост на медиата.**

2.2. Погледната отвън, структурата прелива от дирекции, направления, отдели, сектори, звена, редакции, служби. Има ли съответствие между актуалните приоритети и мястото и обема на секторите в общата картина? **Гарантирана ли е комуникацията и синхронът между водещите звена на ежедневно и мултимедийно равнище?** Нужно е преформатиране от хоризонтално разположени десетки дирекции/началници в опростена вертикална йерархия, която служи на крайния продукт и очертава ясно отговорностите от най-ниската до най-високата степен. Оперативност е ключът към верните структурни решения. Пример: онлайн съдържанието трябва да се предоставя директно от създаващите го, като дирекция „Мултимедия“ технологично поддържа и развива платформите.

2.3. **Продуцентски или редакционен принцип на работа?** Въпросът е излишен, доколкото от години екипите на всяка блокова програма или рубрика в която и да е телевизия имат идентичен състав и начин на работа, независимо дали са интегрирани в обща структура, работят с щатни и нещатни членове на екипа, в копродукция или като външна продукция. Въпросът не е излишен при вътрешните екипи на „Програмно съдържание“ – ако им се делегират права да търсят допълнително финансиране на продукциите си; така продуцентският принцип би бил защитен.

3. финансиране, приходи, разходи, контрол

От 1998 г. досега ЗРТ е отварян за промени 70 пъти. След всички тях и въпреки неговата липса, фонд „Радио и телевизия“ продължава да фигурира като основен източник на финансиране на БНТ и БНР. Таксите електромер са отдавна неприложими и заради Закона за публичните финанси, и спрямо изискванията на Съобщението на Европейската комисия относно прилагане на правилата за държавните помощи по отношение на обществената услуга радио- и телевизионно разпространение (2009/С 257/01). Проблемът е, че почти трийсет години нито една властова конфигурация не прояви интерес към стабилно финансиране

на обществените медии. Защо ли. Но мит е, че дори сега има фундаментални разлики между типа финансиране на членките на ЕСРТ/EBU и БНТ. Време е той да спре да дава повод за хули отвън и за конюнктурно поведение отвътре. Бюджетната субсидия, ежегодно гласувана от парламента, е сред най-ниските в ЕС. „За да изпълним задълженията си към обществото, се нуждаем от стабилно законодателство, адекватно, устойчиво и предвидимо финансиране. Имаме нужда от професионално управление за защита на редакционната независимост и гаранция, че ще можем да постигнем най-високите професионални стандарти“ – твърдят членките на ЕСРТ/EBU в Декларацията за своите основни ценности. Тези от тях със световен статут на институции в информацията и телевизионните жанрове работят в 6-годишни гарантирани бюджетни рамки. БНТ обикновено не знае какъв ще е бюджетът ѝ за тази и следващата година. За да не затъне текущо, властта снизхожда, за да я спаси. Този ритуал дискредитира и на него трябва да се сложи край.

Остойностяването на програмните единици в зависимост от сложността на тяхното производство трябва да замени норматива за час програма. Според актуалното национално и европейско законодателство предвиденият механизъм е трансфер от държавния бюджет да компенсира нетните разходи за предоставяните от БНТ услуги и дейности в изпълнение на обществената мисия. От август 2025-та съгласуването с Европейския акт за свободата на медиите (EASМ) е задължително за съответните сегменти в националните законови уредби. Фокусът на ЕАСМ е тъкмо защитата на редакционната свобода и независимостта на обществените медии, чрез гарантиране на ресурс за изпълнение на обществената им мисия.

Приходи от реклама и спонсорство: Ограниченията не са проблем – и малкото позволени минути за реклама и спонсорство не се запълват. Промяна на тарифната политика е вариант. **Промяна на маркетинговата стратегия е задължителна. Част от нея е да концентрира усилия онлайн.** Продажба на собствена продукция: досега не е реален участник в приходите. Ще стане с качествено промотиране

извън и над самите доставчици на тези услуги – МС, Сметна палата, СЕМ.

4. Технологично развитие

Посоката е ясна и възприета от професионалните доставчици на аудио-визуално съдържание навсякъде. Очертаното тук съдържание съответно изисква:

- най-високият актуален стандарт на изображението и единство в качеството на цялата продукция;
- разширяване и съгъстяване на мрежата на БНТ тук и навън;
- пряк път до всяко мобилно устройство;
- вътрешно интегриране и сработване на мултимедията, за да обслужва предстоящи оригинални формати и кампании, разширявайки кросмедийното присъствие на БНТ;
- висок кино стандарт при собственото филмово производство и при заснемане на произведения, попълващи Златния фонд;
- реалната дигитализация на Фонда е спешна и възможна в партньорство на национално и международно равнище.

Мобилност, скорост, гъвкавост, лекота на работните процеси – решението е в обновяващите се мобилни устройства, интернет приложения и устройства за преобразуване и преформатиране на аудио-видео сигнала по безжичен път от източника до излъчването, архивирането и обратно. Създателите на аудио-визуално съдържание сме облагодетелствани с драстично спестяване на средства и услуги (спрямо броени години назад), за да изискваме най-доброто при задължителното оборудване.

При студийната продукция решението отдавна е минимален реален и все повече виртуален декор, лед стени. Това трябва да важи за всяко студио на БНТ на „Сан Стефано“ 29, във Варна, Пловдив, Русе и Благоевград. Крайно време е да спре практиката новото да е за центъра, старото да се командирова по центровете.

БНТ разполага с класния графичен софтуер Vizrt. Като квалифицира работещите с него и/или привлече (финансово) професионални компютърни графичи, може и да употребява повече от 20 процента от способностите му.

Духът е изпуснат от бутилката – изкуственият интелект (ИИ) е настояще. Докато се търсят начини за неговото регламентиране и овладяване, **чрез ИИ може да се управляват многократно повтарящи се дейности при програмиране, излъчване, монтаж, при автоматизиране на административни процеси и пр.**

Безпредметно е отвън да коментирам състоянието на автопарка, броя на монтажните, климатиците в студия и кабинети, служебните компютри, капацитетът на сървърите, съхраняващи генерираната информация и архива, мерките за непрекъснатост на сигнала на БНТ, гарантирането на неприкосновеността на устройства и имейл мрежата и пр. Равнището на техническото оборудване извън видимото на екрана няма нужда от шпиониране отвън, а от обстоен анализ при концептуално изяснени цели отвътре.

Да спрем да мечтаем и да си пуснем коя да е от програмите на БНТ през голям телеком. Да видим дали ще се четат долният ред с текущия текст под изображенията в новините и блоковите програми, а и вторият ред от субтитрите, дали QR кодът за обратна връзка е наполовина, което го прави неизползваем. Немарливости от такъв вид днес те декласират на секундата.

Заклучение

БНТ продължава да е лидер в класацията за обществено доверие. НО има опасност "доверие" да става етикет, залепван на БНТ от нейните добронамерени, но намаляващи зрители. Има опасност да продължи да е почитана по инерция, но все по-маловажна на практика. Субсидирането на аудио-визуална продукция по дефиниция отива в посока различна, дори противоположна на комерсиалната. Количественият рейтинг не е проблемът на БНТ. Проблем ще е сиването под определен праг на обществения респект към нея. Българската обществена телевизия е призвана не да присъства и оцелява. Призвана е да влияе. Силно. Все по-силно.