



*БНТ е пред най-съществената промяна от своето създаване до днес – **преходът към цифрово излъчване**. Този преход надхвърля по значимост преминаването от черно-бяла към цветна телевизия в началото на 80-те, защото променя възможностите ѝ за влияние и разширява зрителската аудитория.*

*Преходът се извършва в условия на икономическа криза, която засяга политическия живот и социалната сфера, поставя на изпитание духовността и ценностите на обществото, променя целия медиен пазар. В тези турбулентни времена мисията на БНТ като обществена медия е най-важната ѝ отправна точка. Дигиталната ера, в която навлязохме, създава конкуренция не само с традиционните комерсиални телевизии, а и с безкрайното Интернет съдържание. **Мисията на БНТ е да запази отговорността за изграждане на обществен интегритет, плурализъм, култура и да дефинира гражданското самосъзнание.** Успехът на тази мисия зависи от новия контакт със зрителя. От пасивен наблюдател на телевизионното съдържание той се превръща в **активен участник и съавтор**. Лоялността му е все по-трудна за анализ. Тенденцията вече е очертана: с изключването на аналоговия сигнал младите изключват и телевизора. Затова приоритет на БНТ ще бъде не само създаването на продукция за всяка аудитория, но и нейното разпространение на различни платформи и развитието на онлайн услуги. Във фокуса на тези платформи ще е зрителят – навсякъде, по всяко време, на всяко устройство.*

*Пътят към изпълнението на мисията и разширяването на аудиторията е ясен: Изграждането на БНТ като **мултиканална и мултимедийна платформа**, която предлага на аудиторията алтернативно качествено съдържание.*

1. РАЗВИТИЕ НА БНТ КАТО ОБЩЕСТВЕНА МЕДИЯ

МИСИЯ

Обществената мисия на БНТ трябва да бъде предефинирана, за да остане адекватна на потребностите на обществото. Нейният обхват в период на цифровизация ще се съобрази и с разнообразните медийни услуги. Освен традиционните програми БНТ, ще създава и **ново съдържание**. Необходима е стратегия, която да отчете значимостта на тематичните канали в допълнение към съществуващите, както и промяната в начина на гледане – по всяко време, чрез заявка. БНТ вече навлезе в променената интерактивна среда, в която **зрителят и гражданското общество** се превръщат във фактор за обществения дебат. Ще инициираме дискусия за предефиниране на мисията на БНТ и адаптирането ѝ към новия технологичен и социо-културен контекст. Ще настояваме финансирането на Националната телевизия да бъде съобразено с новите ѝ отговорности.

В пренаситената конкурентна медийна среда и по време на сериозна икономическа, социална и морална криза **устойчивостта на обществените медии** придобива ценностно значение. Трябва да се промени начинът, по който се измерва успехът на обществените медии. Те не са подчинени на стремеж за печалба и висок рейтинг на всяка цена. Мисията им е да създават програма, която провокира задълбочен диалог, съхранява историческата памет и създава културния образ на България у нас и пред света. Днес повече от всякога БНТ има задачата да продължи да отстоява свободата на словото, професионалните стандарти в журналистиката и качеството на предаванията. БНТ не се състезава. Обществената телевизия има отговорност – да информира, да търси всички гледни точки, да създава културно наследство, да е медията на всеки зрител.



ВИЗИЯ

Създаването на **мултиканална и мултимедийна платформа** качествено променя медията. Такъв е анализът на Европейския съюз за аудиовизия, такива са и нашите цели:

Създаване на няколко телевизионни канала /мултиканалност/:

- Да се оформи портфолио, което позиционира БНТ като медийна група в конкурентната среда на другите медийни групи.
- Каналите да бъдат насочени към ясно дефинирани целеви аудитории.
- Да се използват пълноценно предимствата на БНТ като обществена медия.
- Промяната да се основава на реалистичен финансов план.

Интегриране на различни технологични платформи и създаване на ново съдържание /мултимедийност/:

- Силно присъствие на БНТ в новите медии, където са младите и активните, масово навлизане на нови медийни услуги като търсене по заявка *[video on demand]*, гледане на вече излъчено съдържание *[time shifting]*, гледане в реално време на различни платформи *[streaming]*.
- Организиране на това присъствие в платформа на т.н. „четири екрана“: телевизор, компютър, таблет и мобилен телефон.
- Производство на специално съдържание за новите медии и обратното им интегриране в телевизионния ефир.
- Това е огромна промяна, чрез която градим мост към бъдещето, за да сме неговите създатели, а не само потребители.

ПОЗИЦИОНИРАНЕ

БНТ отстоява мястото си на основен информационен източник. Националната телевизия не е комерсиален субект. Тя обаче оперира на българския телевизионен пазар в конкуренция с частните телевизии и се бори с тях за вниманието на зрителя. Затова въпросът за пазарното позициониране в следващите три години е от изключително значение. Рейтингът е количествен инструмент за оценка, той не мери качество. БНТ няма да се откаже от досегашната си политика да създава **алтернативни** програми. Но мястото на БНТ на телевизионния пазар е толкова важно, колкото и това да спечелим сърцата на българските зрители. При грастичната ерозия на журналистиката и растящото влияние на политическия и корпоративен ПР една дума се превръща в ключова – **доверие**. Доверието и репутацията са нашият капитал, лицензът за бъдещата ни дейност. Според последното проучване на НЦИОМ близо 70% от хората имат доверие в БНТ. Изследвания сочат, че положителните нагласи на българското общество към програмите на Националната телевизия нарастват. Традиционната ни аудитория променя своя профил и разширява обхвата си в София и големите градове, като привлича образованите и активни хора, които са на позиции да вземат решения. Основни проекти на БНТ показват, че при вярна стратегия могат да бъдат спечелени дори най-трудните целеви групи, като например възрастовата 18–35.

Посоката за развитие на БНТ е в по-доброто таргетиране и сегментиране на аудиторията чрез създаването на допълнителни специализирани телевизионни канали. Това ще доведе до следните предимства:

- Създаване на среда за увеличаване на аудиторията с привличане на по-млади и активни зрители.
- Създаване на по-голям обем алтернативно и тематично съдържание.



- Обновяване на марката БНТ с разгръщането на цялостно бранд портфолио.
- Създаване на възможност за по-ефективно пакетно предлагане на рекламите.

Тези аргументи обуславят виждането за развитие на БНТ като медийна група.

Възложихме мащабно проучване сред зрителската аудитория в големи и малки населени места, потърсихме мнението на медийни експерти. Общата оценка е, че БНТ трябва да създаде приоритетно два канала: за новини и информация и за българска култура. След анализ на финансовото и техническо състояние, през новия мандат ще предложим пакет от следните **телевизионни канали**:

- **БНТ1 – основен /mainstream/** национален обществен канал с широко таргетиран политематичен профил, насочен към **най-широка аудитория** с акценти върху новините, силната публицистика, документалистиката и развлекателните програми за цялото семейство.
- **БНТ2 – информационен**, който интегрира регионално и национално **новинарско** съдържание и включва преки излъчвания на парламентарни заседания и национални комисии /предложението ще бъде обсъдено с Народното събрание/.
- **БНТ3 – тематичен канал за българска култура.** Той ще използва максимално богатия фонд на БНТ, към който зрителят има доказан в годините интерес. Ще бъдат показвани български филми, театрални постановки, оперни представления и концерти. Фокусът на този канал ще бъде не върху носталгията, а върху аналитично и образователно отношение към миналото. Ще създадем и дискуссионен формат, който да представя различните мнения за историческия контекст и предисторията на популярни продукции, емблематични за развитието на телевизията у нас. Друга телевизия няма потенциала да създаде подобен канал, който да покаже 50 годишната българска телевизионна история.
- **БНТ4 – спортен канал.** БНТ изпълнява обществената си функция за отразяване на български спортни събития, които не са широко популярни и в един специализиран канал биха били много по-гледани. Националната телевизия гържи редица спортни права, логично е тези предавания да бъдат отделени в тематичен канал с цел цялостното им използване. Това няма да донесе допълнителна финансова тежест, тъй като по-голямата част от правата вече са закупени, а съществуващият екип от спортни журналисти може да поеме организацията, без допълнителен кадрови ресурс.
- **БНТ HD – политематичен канал с висока разделителна способност**, който първоначално ще обедини съществуващото HD съдържание от всички канали. Преминаването към излъчване във HD качество изисква технологично време, особено в създаването на художествена програма. Ще започнем с излъчването на новини, студийни програми и закупени продукции. Този преходен период ще осигури натрупването на оригинален архив с висока резолюция. След технологична и програмна готовност на БНТ1, каналът ще излъчва паралелно програмите в HD и SD резолюция.
- **БНТ свят – политематичен канал, чиято програма се разпространява прецизно в чужбина** за българските зрители и за чуждестранната аудитория, която се интересува от България.
- **БНТ плюс – ще стартира като профилиран портал, насочен към детска и младежка аудитория /13 плюс/, преди да се развие в пълноценен канал.** Той ще бъде ориентиран към това да образова, да забавлява, да възпитава и да формира гражданска позиция от най-ранна възраст. Чрез интерактивност целевата група ще създава свои собствени новини и предавания. Част от това съдържание ще присъства като самостоятелен модул в БНТ 1. Ще търсим подкрепа на университети и организации, свър-



зани с образователна дейност.

- **БНТ multimedia – организира разпространението на съдържанието на БНТ през новите технологични платформи**, като създава за тях и собствено съдържание. Подобно на BBC iPlayer, БНТ multimedia ще представлява БНТ в света на новите медии. Цялото ни съдържание ще се помести в Интернет, стъпвайки върху модерната Cloud технология, която ще се изгради в специално създадения Data център. От БНТ multimedia потребителите ще могат да получават *video-on-demand* съдържание и стрийминг – навсякъде, по всяко време, на всяко свързано с интернет устройство – компютър, IPTV, смарт-телевизор, смартфон и таблет – БЕЗПЛАТНО. Изградените приложения ще работят **в двете посоки** – предоставяне на съдържание за потребителите и обратна връзка с тях.

2. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ НА БНТ. РЕДАКЦИОННИ СТРУКТУРИ

Реализацията на стратегията за развитие изисква сериозна инвестиция в най-важния фактор за успех – **човешки потенциал** и професионална компетентност. Предстоящата миграция към HD на целия производствен тракт на БНТ ще изисква огромна по обем преквалификация. Развитието на нови медийни услуги в Интернет среда предполага създаването на специализирани звена. Тези процеси изискват професионален мениджмънт и организация, за да продължи модернизацията на структурата на БНТ.

На **макрониво** ще запазим структурата, която създадохме след реформите в БНТ: Управителен съвет /с ясно разпределение на ресорсите/, Директорски съвет /с участието на всички ръководители на дирекции/, Продуцентски съвети /с функции и на редакционни колегии/, Продуцентски направления /основните звена за производствена дейност в БНТ/, Креативен борд /за независима вътрешна оценка и творчески предложения/ и Обществен съвет /за експертна оценка и консултации за стратегиите за развитие на БНТ/. Структурата на основни звена ще претърпи промени заради **създаването на тематичните канали**. Дирекциите, произвеждащи програмно съдържание ще се реструктурират като се създаде общ програмен център, който ще изгражда програмната политика на обществената телевизия. Ще се обособи нова дирекция БНТ multimedia. Дирекция „Информация“ ще отговаря за производството на новини в програмите на БНТ и ще продуцира БНТ спорт.

Ще създадем три структурни звена, които се занимават с Интернет съдържание.

- **БНТ multimedia** – структура, равностойна на програмните в БНТ, която награжда линейното излъчване с медийни услуги и е създател и доставчик на медийно съдържание. След дълги години в сянката на техническата дирекция, **информационните технологии** ще намерят своята водеща роля в дигиталната и интерактивна стратегия на БНТ. Те ще се обособят в отделно направление. В тази дирекция ще се обособят и два производствени центъра: Център за поддържане на технологичните платформи и Център за медийно съдържание.
- **„Нови медии“** към Мултимедийния нюзрум на дирекция Информация. Създава информационно и публицитично съдържание за новите медии, поддържа секцията новини в bnt.bg и предоставя информационно съдържание за БНТ multimedia.
- **Интернет отдел** към Дирекция „Публични комуникации“. Той съществува и сега, неговата задача е да поддържа корпоративния сайт.

Корпоративно-социалната отговорност на една компания вече е задължителна сфера на интерес. Ще създадем структура, която да поеме задължението да разработи дългосрочна



стратегия за ангажираност с обществените проблеми.

Ще създадем позиция за **телевизионен омбудсман**. Такава длъжност вече има в много обществени телевизии по света. Тя дава възможност за пряка връзка със зрителите. Телевизионният омбудсман ще разглежда зрителските оплаквания и предложения. Ще бъде на пряко подчинение на генералния директор. Ще реформираме отдела за **връзки с аудиторията**, който по-оперативно ще отговаря на всички въпроси и мнения. Ще продължим да се консултираме с аудиторията за всички съществени промени.

3. ПРОГРАМНИ НАМЕРЕНИЯ И ПРИОРИТЕТИ

Както показват проучванията на общественото мнение, зрителите високо оценяват БНТ като източник на безпристрастна новинарска информация и качествени предавания. БНТ ще продължи да създава **алтернативно съдържание**. Балансът на комерсиалното и общественото трябва да бъде в полза на зрителя. Не е нужно БНТ да се притеснява от етикета „**интелектуална**“. Изборът не е между това да бъде популярна или интелигентна, тя трябва да бъде и двете. Сериалът „Под прикритие“, проектът „Лятно кино с БНТ1“, „История.bg“, културно–информационният слот са доказателство, че ние можем да направим това. С оригиналния формат за риалити шоу „Надиграй ме“ БНТ показа, че може едновременно да забавлява и да показва българските традиции и култура и така да разширява влиянието си сред младежката аудитория. Форматът ще продължи с амбицията да се превърне в Балканско надиграване.

Ще произведеме **програма**, която да носи добавена стойност извън измеренията на рейтингите. Ще продължим да предоставяме съдържание и да създаваме услуги за по-малки общности, които имат специфични нужди, ще се стремим да отговорим на интереса на всеки потребител. Програмата ще продължи да отговаря на нуждите на деца и възрастни, на потребностите на всички малцинствени групи – етнически, социо-културни, хора в неравностойно положение, като запазим съвременния подход на „Малки истории“.

Вследствие на мултиканалната стратегия и отделянето на специализирано съдържание в по-тясно таргетираните канали, се създава възможност за по-добро структуриране на програмата на БНТ1, като се оформят часови пояси с ясен профил на аудиторията. По този начин се избягва фрагментирането на програмната схема, което е неизбежно в момента. Ясно дефинираната насоченост на часовите пояси ще помогне за преливане на аудитория и планиране на програмата. Това дава възможност за нов подход в програмирането – ще брандираме програмни сезони тематично, като определим основен проект-носител. Ще продължим доказаната вече успешна стратегия за излъчване на силна и открояваща се публицистика в прайм тайм. В делничните дни, освен знаковите предавания „Референдум“ и „Панорама“, новият публицистичен формат „История.bg“ ще разшири темите си – „Литература.bg“, и „Изкуство.bg“. Проучваме формат, който е икономическо реалити и дава възможност за стимулиране на средния и малък бизнес. Ще говорим отново за „красива наука“ – тема, която е отдавна във фокуса на европейските телевизии. За да отговори на реалити вълната, БНТ закупи формат, който съчетава характеристиките на популярна и образователна програма. „Най-добрите години от живота ни“ е състезание между различните десетилетия във всичките им измерения – история, култура, начин на живот, през оценката на зрителя. БНТ ще създаде позиция за състезателен формат – своеобразна ученическа олимпиада в ефир. Целта е да предизвикаме дискусия за образованието в България.

Ще продължим да продуцираме качествена телевизионна и игрална филмова продукция. Контекстът на телевизионното филмово производство през 2013 е много по-различен. Ако преди



години само БНТ имаше последователна стратегия в създаването на оригинален кинотелевизионен продукт, към днешна дата основните национални телевизии произвеждат собствена филмова продукция и залагат на сериалите в битката за рейтинг и аудитория. **Телевизията е новото кино** – това е световна тенденция, създадена от продуцирането на качествени сериали. Въпреки силно конкурентната среда, БНТ продължава да играе ключова роля, а „Пог прикритие“ се превърна в събитие за българската телевизионна филмова индустрия със стандарта, който наложи. БНТ подготвя нови качествени проекти, като „Четвърта власт“, „На границата“, „Ескейп“. Целта ни е да отговоряме не само на изискванията на нашия телевизионен пазар, а на критериите на световния зрител. „Пог прикритие“ има международна дистрибуция, стигна до телевизионните екрани на редица гържави и влезе на престижно място в глобалната класация на IMDb. Това е смисълът от създаване на качествен телевизионен продукт, да популяризира българското филмово производство в света.

БНТ е копродуцент на много български игрални филми, тя остава без конкуренция в продуцирането и програмирането на **новосъздадена българска филмова продукция** /игрална и документална/. Ще продължим да имаме за приоритет финансирането на дебюти. Ще насърчаваме репортажното и актуално документално кино, създавано както с външен, така и с вътрешен творчески потенциал на БНТ. „В кадър“, „Светът на живо“ и „Малки истории“ завоюваха прес-тиж сред аудиторията ни и бяха оценени на редица телевизионни форуми и конкурси.

Приоритет през следващите години ще бъде и изработването на нов **Правилник за филмопроизводството в БНТ**. Ще бъдат обосновани още по-строги критерии за оценка на проектите и за избора на членове в комисиите. Ще изготвим и перспективен план за програмните потребности, предвид най-значителните исторически годишнини и инициативите под патронажа на Европейската комисия.

Ще участваме в значими проекти на EBU, създавайки съвместен продукт с **европейските обществени телевизии** като новите инициативи, посветени на годишнината от Първата световна война през 2014, организиране на Европейска филмова седмица и *Media Lab* – експериментално излъчване на програми, избрани с конкурс от зрителите през специална платформа. Освен наложената марка Евровизия, БНТ вече се включи и във формати като „Защо бедност“, „Защо демокрация“ и др.

БНТ ще се превърне в лаборатория за генериране и реализиране на **каузи**. Ще продължим с организирането на специални проекти като „Пътуващото лятно кино“. Ще създадем и други територии, които да провокират зрителя към дебат по актуални теми. Ефектът на подобни идеи е свързан и със социални инициативи. Лятното кино например, освен че представи най-новото българско кино, инициира дискусия за културата на малкия град и очерта белите петна на липсващите кинозалони върху картата на България. На този принцип ще създадем и други рубрики, които ще ангажират зрителите в обсъждане и в търсене на решения на редица проблеми. Ще ги привлечем в културни и в социални проекти като „Спри, детето запази.“, „Да върнем блясъка на Храма“, „Пиши на кирилица“. Зрителят отдавна не възприема телевизията единствено като медия за отразяване на каузи, той очаква тя да ги създаде.

Новините и актуалните предавания ще останат приоритет в развитието на БНТ като обществена медия. Информационната политика ще бъде основана на досегашните **принципи** – безпристрастност, плурализъм, независимост и колективност на редакционните решения.

Ще продължим да следваме **най-високите журналистически и етични стандарти**, като по този начин гарантираме достоверност на информацията и анализ в ключови за обществото моменти. Аудиторията ни трябва да е уверена, че нашите решения не са повлияни от политически и корпоративен натиск или лични амбиции. Ще служим на обществения интерес, като установяваме истината.



Ще развием своите платформи за **обратна връзка** на мултимедийна основа с помощта на социалните мрежи. БНТ вече работи успешно в новите медии. Twitter акаунтът на телевизията е следен от най-активната и най-млада част от аудиторията с отношение към обществените процеси. Предаванията на БНТ поддържат профили във Facebook. Тази форма на общуване допълнително разшири влиянието на медията и създаде възможност за директен контакт с потребителите. Ще създадем блог-платформа на журналистите в БНТ, чрез която те ще изразяват мнения и позиции извън телевизионния екран.

Националната телевизия ще продължи да развива документалистика с европейско качество. „В кадър“ и „Светът на живо“ са доказателство за това. С тези формати, както и със „Светът е 7“ и сътрудничеството с „Дойче веле“, изпълнихме обещанието си **да върнем света** на българския зрител. Сега целта ни е по-висока: документалистиката на БНТ да представя българската гледна точка пред света. Ще инвестираме в още проекти като „Светът на живо“, които накара автора на трилъри Дейвид Балдачи да включи български герой в новия си роман.

Новините на БНТ ще продължат да бъдат марка за професионализъм и доверие. Ще съчетаваме информацията с анализ и плуралистичен коментар, например в специалния следобеден формат „**Още от гения**“. Ще награждаме капацитета си за бърза реакция и организиране на **извънредни информационно-аналитични предавания** на живо, докато събитието се случва.

„**Референдум**“ и „**Панорама**“ ще продължат да бъдат предавания на анализа и дискусията. Ще развиваме и **нови, ограничени във времето интерактивни формати** за граждански диалог и лидерство, като „Големият избор“ и „Кауза.bg“. Икономиката е тема номер едно за България, но икономическите предавания изчезнаха от българския ефир. Ще върнем тази проблематика и ще извадим бизнеса от анонимност. По този начин ще насочим БНТ към активните, предприемчивите, младите. Ще търсим отговора на въпроса защо България се оказа страната с най-много фалити, кой бизнес е печеливш и как да помогнем за кредитирането му, как да се оправим в лабиринта на европрограмите.

Ще дадем нов тласък на **разследващата журналистика**, като разпределим усилията си между проблемите на ежедневието и тежестта на „големите“ разкрития.

БНТ осъзнава отговорността си към **хората в неравностойно положение**. В условията на цифров преход поемаме ангажимента да изготвяме и разпространяваме съдържание по достъпен начин, така че да изпълним обществената си мисия. Ще направим проучване сред различни групи от хора с увреждания, за да разберем какви са бариерите пред достъпа до телевизионно съдържание. Ще изградим възможности за получаване на различни услуги, като субтитри и аудиоописание. БНТ е и партньор в създаването на специализиран сайт, който ще осигурява субтитрирано съдържание на телевизионна продукция.

Ще работим за по-ясното тематично профилиране на създадения през 2011 г. втори канал на БНТ, като се съобразим с нагласите на аудиторията. **Телевизия на зрителя** бе кратката формула, която обедини дейността на четирите регионални телевизионни центъра. Ще продължим политиката на пряко участие на зрителите в информационни и дискусийни предавания на **БНТ 2** като „България днес“ и „Местно време“. Ще наложим отбелязването на важни дати от Националния календар чрез оригинални и атрактивни телевизионни събития като „Флашмоб с БНТ 2“, осъществявани от екипите в Благоевград, Варна, Пловдив и Русе. Програмната линия за създаване на празнични събития „на улицата“ и през следващите години ще ни позволява различна комуникация със зрителите.

4. ТЕХНОЛОГИЧНО РАЗВИТИЕ

В условията на конкурентна среда, в която БНТ се разпространява в цифровия ефир редом с комерсиалните телевизионни програми, обществената медия ще постигне високо качество



на телевизионния сигнал, множество програми със стандартна разделителна способност и програма в HD. Искаме да достигнем до аудиторията, като ѝ предоставим *зрително удоволствие* /според английската терминология – *viewing pleasure*/. Под това понятие се разбира висококачествена комбинация от всички компоненти на телевизионното производство – съдържание, визия, графика, звук и интерактивност.

Какво е състоянието на БНТ в момента и какво трябва да се направи за постигане на крайната цел? Файлово базираните производствени технологии за новини и художествени програми са почти **изцяло обновени за работа** в HD формат. Нюзрумът на БНТ има технологична готовност да започне да произвежда и да архивира цялото си съдържание на HD, за да може да осигури бърз преход към БНТ1 HD. Внедрен е **модерен HD многоканален излъчвателен комплекс** и прилежащата му трафик система. Стартирани са всички необходими процедури за закупуване на **HD студийни технологии** и се обсъжда закупуването на **10 камерен HD ПТС** за висококачествено отразяване на спортни и масови събития. Предстои предоставяне на услуги на зрителите като „гледане със закъснение“ (Time shifting) и „гледане по желание“ (VOD) по Интернет.

Реализирането на **БНТ multimedia** и **мултимедийния нюзрум** са приоритет, за който ще засилим нашата работа в IT, като осигурим необходимото оборудване. Ще завършим последния етап от разширяването на нюзрума, като изградим и новинарско студио в него.

Мултимедийният нюзрум и **БНТ multimedia** изискват още няколко стъпки, а именно: система за стрийминг, система за он-лайн сервиране на реклама във всички нейни форми, система за профилиране на потребителите, приложения за смартфони, планшети и смарт-телевизори, media asset management система за организиране на съдържанието, система за продуциране на новини едновременно за телевизия, он-лайн и мобилни телефони. Фокусът в технологичното развитие е върху доизграждането на НРТЦ с HD среда като основен производствен комплекс на телевизията, както и върху създаването на **IT Data център и инфраструктура** за оперирането на преноса, базиран върху Cloud-технологиите. Ще продължим интензивно работата за **цифровизацията на архива**, който ще използваме пълноценно и чрез БНТ Мултимедия ще стане достъпен онлайн. Спазвайки най-добрите практики, националната медия ще реализира тази технологична стратегия чрез включването на всички технически специалисти в телевизията и най-добрите външни експерти.

В областта на **новините** ще бъдат използвани нови и икономически ефективни технологии като излъчване на репортажи от мястото на събитието по 3G/4G мобилни мрежи.

Регионалните телевизионни студия ще бъдат преоборудвани с цел да се превърнат в компактни и високопроизводителни новинарски центрове, които ще произвеждат и изпращат регионални новини и актуални предавания за тематичните канали на БНТ. След изграждането на оптична връзка между централните и регионалните студия в София, предстои регионалните студия да бъдат снабдени с монтажни станции, излъчващи сървъри, безлентов архив, аутокю и графични станции. Това ще позволи поетапно преминаване към безлентова технология на производство и реализация на продукцията на централните и преминаване към HD. Ще се повиши производителността при монтажа и ще бъде направена първа стъпка към изграждане на автоматизирана система за производство и излъчване на новини. Подобно цялостно и съвременно технологично обновяване на студиата в РТВЦ се прави за първи път от тяхното създаване преди 40 години.

Ще обновим визията на БНТ чрез разширение на графичните системи и ще продължим с внедряването на виртуална 3D графика както в продукциите, така и като брандинг система на ефирното излъчване.

Имаме амбицията да въведем електронно управление на **административните процеси**. В процес сме на изграждане на система за документооборота и управление на проекти по елек-



тронен път, която ще елиминира хартията. Така ще се повиши ефективността в административната дейност на телевизията.

5. ФИНАНСИРАНЕ НА БНТ. ФОРМИ И МЕХАНИЗМИ ЗА КОНТРОЛ

Към момента финансирането на БНТ според българския закон не е в пряка зависимост от обществената функция, каквото е изискването на Европейския съюз. Възприет е общ количествен критерий за определяне на държавната субсидия „на час програма“. Затова размерът на бюджетната субсидия се посреща с критика от две посоки: частните медии твърдят, че БНТ е свръхкомпенсирана поради двойното финансиране /реклама и бюджет/, а БНТ твърди, че е най-недофинансираната медия в ЕС. Ясен критерий не може да се намери, без да се знае цената за реализацията на обществената мисия. В ЕС финансирането на обществените медии не е абстрактна абсолютна величина, то е адекватно или неадекватно към възложената обществена мисия.

Тенденцията през последните години е намаление на норматива за час програма, на база на който БНТ получава субсидия. Ако през 2007 г. Националната телевизия е получавала за час програма 2 951 лева, днес това число е 1 770 лева. Обемът програма през 2007 година обаче е бил значително по-нисък – 25 066 часа срещу 35 040 часа към днешна дата. Това съкращение влияе значително върху конкурентноспособността на БНТ. В пренаситената медийна среда БНТ повече от всякога трябва да инвестира в съдържание, за да има водеща роля в развитието на медийните услуги.

В условията на криза екипът, който работи през първия мандат, положи максимални усилия за **оптимизация на разходите и повишаване на прозрачността при отчитането им**. Разбираме обществената загриженост за целесъобразността на всеки разход, затова последователно, справедливо и с диалог оптимизирахме щата с една пета, без да предизвикаме синдикален протест или криза. Намалихме дълговете на БНТ с близо 20 милиона лева. Повишихме и собствените приходи – през 2012 те бяха с 1 828 716 милиона лева над тези от 2010 г, привлякохме допълнително финансиране от популяризирането на структурните фондове на ЕС.

БНТ ще продължи да се управлява оптимално и прозрачно. Обратната връзка е основен източник на информация за повишаване на ефективността на управленските решения.

Вътрешният одит на телевизията е натоварен с отговорността да осигурява информираност и прозрачност и да упражнява вътрешен контрол. Той изготвя одитните доклади за управленския екип на БНТ на базата, на които се утвърждава план за действие по изпълнение на дадените препоръки с конкретни действия, срокове и отговорни лица. Ще разработим стратегия за още по-добра комуникация между дирекциите и структурите на вътрешния одит.

Прозрачността и отчетността при управлението на телевизията и при разхода на публичните средства ще остане приоритет в програмата ни. БНТ публикува отчетите, свързани с финансовото управление. На новия сайт те ще са по-лесно достъпни и видими. Като мениджърски екип ще направим всичко възможно да получим съгласието на продуцентските компании и търговските контрагенти, за да направим публични финансовите параметри на договорите. Нашето убеждение е, че обществото трябва да знае как работи Националната телевизия и да може да направи обективна оценка.

Във финансовата политика ще заложим на **увеличаване на приходите и оптимизиране на разходите** чрез:

- Увеличаване на **постъпленията от реклама и спонсорство**. Ще променим подхода си за работа с рекламните агенции и ще привличаме рекламодатели чрез качество на съдър-



жанието, а не само чрез рейтинг, чрез промоция на новите проекти, съобразена с годишното планиране на рекламните агенции. Поради законовото ограничение върху приходите от реклама, ще се насочим към непрекъснато растящия пазар на Интернет рекламата / използвайки БНТ multimedia/.

- Проудуцирането на качествени сериали дава възможност за увеличаване на приходите от **продуктово позициониране** и продажби.
- Ще продължим да обвързваме възнаграждението с реално свършената работа.
- Привличане на целево инвестиране за проекти с обществена значимост.
- Реализиране на проекти чрез **еврофинансиране**. Националната телевизия е изключена от много от тях по критерии за допустимост. Ще положим усилия БНТ да бъде включвана като потенциален бенефициент по откриващите се процедури.
- Преразглеждане на подхода за формиране на бюджета според мисията, а не според часовия обем програма.

Новите тематични канали ще дадат още възможности за увеличаване приходите от реклама и спонсорство. Чрез тях ще предоставим по-привлекателни рекламни пакети на рекламодателите. БНТ multimedia ще даде несъществуващи до момента възможности за интегрирани рекламни кампании, развиващи се едновременно в телевизия, интернет и мобилни устройства. Надявам се, че така ще стъпим на пазара на Интернет и мобилната реклама. Привличането на повече приходи ще помогне за финансова стабилност в условията на икономическа криза. Гаранция за постигането на тази цел е единствено инвестицията в качество. Вече въведохме анализ на програмата, базиран не само на бюджетния разход и рейтинга, а на добавената стойност, която предаването изгражда към обществото. Програмната схема се основава на този анализ и на проучванията за интереса и мнението на аудиторията.

Увеличихме инвестициите в професионалното обучение на кадрите. Телевизията на бъдещето изисква сериозна квалификация.

Обвързахме възнагражденията с резултата.

Предстои анализ на телевизионната програма, за да постигнем икономии чрез повторения на програми и **по-добро планиране** в различните тематични канали.

Ще продължим да следваме финансова политика на телевизията, подчинена на прагматизма, целесъобразността и ефективното изразходване на средства.

6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БНТ ще продължи да се променя. Ще продължи да се бори за доверието на зрителя. Ще продължи да е честна към него. Ще търси истината. Ще бъде говорител на обществения дневен ред. Ще е активен носител както на трайните ценности, така и на новото в обществото. Ще съчетае традициите на Националната телевизия с мултимедийното бъдеще. Ще е медията на зрителя. БНТ е готова, както и досега, да бъде първа в битката за реабилитация на журналистиката и нейните професионални стандарти. БНТ е готова.

Вяра Анкова