



**КОНЦЕПЦИЯ ЗА РАЗВИТИЕТО НА
БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ**

2019

*БНТ – Алтернатива сама на
себе си!*

Автор: Никола Тодоров

КОНЦЕПЦИЯ ЗА РАЗВИТИЕ НА БЪЛГАРСКАТА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ

Никола Тодоров / 3 юни 2019г.

I. РАЗВИТИЕ НА НАЦИОНАЛНИЯ ОБЩЕСТВЕН ДОСТАВЧИВ НА АУДИО-ВИДУАЛНИ МЕДИЙНИ УСЛУГИ

Може да звучи странно обществената телевизия да е „алтернатива сама на себе си“, но актуалната медийна ситуация я е поставила в наистина уникална позиция. Развитието на медийната среда през последните два десет и повече години, многократното изменението в законодателството, касаещо електронните медии, в крайна сметка ошети в най-голяма степен Българската национална телевизия. Според действащия ЗРТ тя е обществена медия, финансирането обаче почти 100% е държавно. Заложеният в Закона обществен фонд за финансиране на БНТ така и не се създаде по обективни причини. Логиката обаче, произтичаща от финансирането беше запазена и рекламата в БНТ е силно ограничена - само 15 минути на денонощие.

Телевизията на всички българи трябва да гарантира широк зрителски интерес и да достигане до максимално широк кръг от потенциалната аудитория. Това означава много и интересни предавания. В годините обаче се оказва, че финансирането на националната медия е недостатъчно и тя завършва всяка финансова година с няколкомилionen дефицит.

От една страна поради недостатъци в мениджмънта на БНТ, които позволяват дублиране на формите на продуциране, на екипите и в крайна сметка на изтичането на средства.



От друга, поради обществените си функции тя трябва да поддържа определени програмни стандарти, трябва да плаща такси, да излъчва пряко значими събития, да има немалък брой щатни служители, които се оказват недостатъчни и ползва също немалък брой нещатни. Така БНТ се оказва в един омагьосан кръг и е поставена в неравностойна ситуация спрямо другите по-големи търговски медии.

Трябва да отчетем, разбира се и факта, че държавното финансиране създава определен комфорт на работещите в медията и ги прави по неагресивни и нечувствителни към гледаемостта и рейтингите. Затова и рейтингът на БНТ е спаднал драстично в последните години, според отчетите на пипълметричните агенции. Това е друг сериозен въпрос. Трябва ли голяма търговска медия да има своя пипълметрична агенция? Това не поставя ли под въпрос истинността на измерванията? Въпросът има и друг нюанс. Не пренебрегват ли съзнателно измерващите рейтинг агенции БНТ, тъй като е лишена от рекламно време, за да продават рекламните си пакети.

След всичко изброено, трябва да подчертаем неоспоримото:

- БНТ трябва да се стреми по форма и съдържание да бъде на равнището на съвременните аудио-визуални стандарти. Възстановяването на лидерството на националната телевизия е възможно единствено чрез налагането на висок програмен стандарт на обществената медия, който да отговаря на нуждите на специфични групи от зрителската аудитория, обхващаш максимално голям кръг от пренебрегнатите от комерсиалните медии зрители.
- Трябва да профилира четирите си съществуващи канали БНТ 1, БНТ2, БНТ3 и БНТ4, които сега нямат



физиономия. Това ще даде възможност за конкурентна среда спрямо другите търговски канали, а и за увеличаване на аудиторията. Изграждането на цялостна програмна схема и стратегия, на базата на съществуващия бюджет може да възстанови доверието в обществената медия. Особено важно е привличането на младата зрителска аудитория, стояща почти непрекъснато „онлайн“ в социалните мрежи и дистанцирана като цяло от телевизиите.

- Ниският рейтинг на БНТ спрямо останалите две национални търговски телевизии показва необходимостта от сериозна промяна в програмирането.

Обществените телевизии в Европа имат изградени структури от наблюдатели и анализатори, които следят да са представени всички значими за обществото гледни точки. Помагат при избирането на значими теми за привличането на аудитория. Това в някаква степен е заложено и в структурата на БНТ с Обществения съвет. Който обаче се нуждае от повече активност, от повече реално участие и заинтересованост към случващото се в медийните среди, а и в обществото. Присъствието му трябва да е по-осезаемо!

В този смисъл запазването на предавания с изграден авторитет и автори /водещи/ трябва да бъдат съхранени, прилично финансирани и подкрепяни. Рейтинговите данни са валутата на медийния пазар – базата на която стъпват търговските отношения между телевизионните канали и рекламодателите. Затова е изключително важно измерването на зрителския интерес към конкретните телевизионни предавания. За телевизията е важна обратната връзка с аудиторията, дали и колко едно



предаване се харесва на зрителите, дали не би било гледано повече в друг час и т.н. Затова рейтингите освен валута, са и инструмент за реализиране на успешни програмни стратегии. Но е необходима и гаранция, че този рейтинг е реално отчитащ зрителските интереси и нагласи.

На един от недостатъците на финансирането - ограниченото време за реклама, трябва да се гледа по-скоро като на предимство при програмирането. Зрителите, отегчени от дългите рекламни блокове в търговските медии, сменят канала. Обществената телевизия трябва да използва това като прави всичко възможно, за да задоволи потребността от програми и предавания, които да информират, образоват, забавляват и обогатяват живота, по начин по който търговските телевизии не биха успели да предложат. Но и трябва да бъде творческата медия, която се ползва с най-висока степен на доверие от аудиторията. Още повече, че такава традиция съществува.

БНТ беше създадена като единствената телевизионна медия, дълги години съществуваше като такава и като че ли продължава да живее с това чувство.

Днес при наличието на над 150 телевизии в ефира, поведението и трябва да е друго. Трябва да е конкурента на другите медии като стил и предавания, да ги предлага по-агресивно, но и да остане носителка на доверието, натрупано с годините .

Аз съм израснал с тази телевизия, след като над 30 години съм работил в нея и то в най-добрите и предавания /"Панорама", "Светът в действие", "Наблюдател", "Телевизионен театър"/. А като кореспондент на БНТ в Германия-/1988-1992г/, в най-важния период за Европа и света - падането на



Берлинската стена, можех ежедневно да следя и анализирам поведението на европейските обществени медии.

На тази база сега, с моята концепция, искам да предложа идеи, които биха върнали силата и доверието към най-старата и задължена, според ЗРТ, да е обществена медия.

За да стане това, според мен е необходимо:

- Да запазим стойностните предавания и хора в медията
- Да доразвием съществуващото
- Да оптимизираме управлението и производствените процеси
- Да изградим нови структури и характер на БНТ 2, БНТ 3 и БНТ 4, които нямат физиономия в момента.
- Да оптимизираме програмната схема на всички канали.
- Да търсим форми за преодоляване на финансовия дефицит и превърнем БНТ в печеливша и гледана медия.

II. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ, РЕДАКЦИОННА СТРУКТУРА.

На първо място, както вече казах, трябва съществуващите структури, определени според ЗРТ и създадени от традициите в най-старата българска електронна медия да добият реална сила и ефективност.

Затова при управлението на БНТ, аз ще привлека доказани професионалисти в областта на телевизията, ползващи се с обществено доверие. Желанието ми е структурите, управляващи медията да имат реално участие във взимането на решения, да налагат критерии и да



отстояват ценностите на обществената медия. Да не са формално съществуващи структури, подкрепящи и пригласящи на генералния директор. Телевизията е обществена и масова медия, тя трябва да задоволява интересите на широк кръг от българите и може да го постигне само с колективно управление и взимане на решенията.

Основният управленски орган - **Управителният съвет** трябва да включва всички нужни за ефективно управление и модерен мениджмънт експерти. В него трябва да има програмен специалист, финансов експерт с телевизионен опит, специалист по нови технологии и мултимедийни платформи и медийно специализиран юрист. Всички те ще участват равностойно във вземането на управленските решения, отнасящи се до новото програмиране, до създаването на стойностна нова продукция, както и до финансовата дисциплина. Хубаво е да се запази традицията на съществуващите ресори и всеки член на Управителния съвет да наблюдава определено направление.

Много съществена част от управлението на БНТ е **Общественият съвет**. Смятам, че функциите му в момента са съвсем формални. Общественият съвет трябва да се превърне в гарант на обществения интерес. Затова мисля да привлека не просто известни личности и познати имена, а хора с визия за ролята на съвременната обществена медия. Те трябва да следят и отразяват интереса на зрителите. Трябва да бъдат в редовна връзка с останалите управленски структури, като Управителния съвет и Програмната дирекция. Да участват в анализирането на основните предавания.

Ще привлека в този съвет представител на голяма европейска обществена телевизия, който познава добре



България и развитието на електронните медии у нас. Той ще е един поглед отвън и може да помогне за създаването и спазването на европейските медийни стандарти.

Съществена част от управлението на медията е в ръцете на **Програмния директор**. За да е конкурентна програмата на БНТ обаче, трябва да има общо програмиране. То трябва да отчита зрителския интерес във всеки момент на денонощието, във четирите обществени канала. Това може да стане след сериозно социологическо изследване на желанията, възрастовата група и интересите на зрителите и промяната в нагласите за последните години. Този анализ ще е в основата на програмната промяна, която ще бъде реализирана.

Смятам да създам обща **Програмна дирекция** за всички канали-БНТ 1,2,3 и 4. Така ще се съобразява програмата и различните предавания и ще се прави общо планиране и стратегия за всички телевизионни канали.

В модерните световни медии водещ е **Продуцентският** принцип, който дава творческа и финансова свобода на екипите. В БНТ това също е водещ принцип на работа, но в много недоразвит и непълен вариант. В повечето предавания се използва смесица от щатни и нещатни служители на медията и то така, че всички в крайна сметка получават малко пари. Няма и достатъчно творческа свобода.

Смятам за необходимо продуцентският принцип да се развие цялостно. Екипите да получат финансова свобода и да се изясни статута на продукциите и работещите в тях хора. Ако едно предаване е вътрешна продукция, то трябва да се прави от хора на щат в БНТ, но при добро заплащане. Така служителите на телевизията ще имат финансов интерес и стимул да правят качествено и конкурентно предаване. При по-висок рейтинг трябва да



има и по-добро заплащане. И обратното, ако предаването не е достатъчно гледано, да се анализира причината и дори да се сваля от програмната схема. Разбира се, това не се отнася за предавания с образователен и социален характер. Също и за предавания, които задължително трябва да присъстват в програмата на БНТ и са насочени към хората в неравностойно положение. Продуцентския принцип не може да работи, ако не е обвързан с програмен и съдържателен анализ, който трябва да е периодичен. Той трябва да се прави в рамките на **Продуцентски съвет**. С оглед на качеството на създадените програми и съдържание да бъде приета професионална акредитация и личен отчет на всеки продуцент, който да се обсъжда и одобрява.

Специално внимание смятам да отделя на най-модерните мултимедийни форми, с което да привлечем вниманието на младите зрители. Структурата на сегашното направление **Мултимедия** трябва да бъде прецизирано допълнително, в рамките на управлението на телевизията. Ефектът, който ще търся е модерно, лесно достъпно и ефектно присъствие на БНТ в социалните мрежи.

III. ПРОГРАМНИ НАМЕРЕНИЕ И ПРИОРИТЕТИ

БНТ има нужда от коренна промяна в програмната схема, която да отговаря на съвременните аудио-визуални стандарти. Както вече споменах, за да възстанови лидерството си на национална обществена медия, тя трябва да предложи програма, конкурентна на търговските медии. Като се използват всичките четири канала, които обаче трябва да бъдат профилирани.

БНТ1 да се запази като политематичен основен канал, с цялото разнообразие от новини, коментарни предавания, шоу и развлекателни програми, детски и младежки предавания, филми, спорт.



На първо място в това отношение са новинарските информационни емисии и коментарните рубрики и предавания. Отчитайки характера на българското общество и засиления интерес към политическите събития у нас и в чужбина сме задължени този тип предавания да присъстват задължително в програмата на медията. В това отношение от особена важност е информационните новинарски емисии да се излъчват в един и същи час с конкурентните телевизии, като БНТ разчита на авторитета, информационната обезпеченост, формата на поднасяне и езика, за да осигури своето подобаващо лидерско място в информационните потоци. Основната информационна емисия на БНТ, от вече половин столетие на екран в 20 часа, вече не присъства в рейтингите на информационните ТВ масиви, само защото се излъчва в неподходящо време. В това отношение смятам за необходимо, ако след ежедневната много успешна коментарна рубрика "Още от деня" веднага започне „По света и у нас“-т.е. в 19 часа. Само в пряка конкуренция ще стане възможно ПСН и всички останали новинарски емисии да заемат своето лидерско място. Новините и коментарните рубрики се нуждаят от обновяване на съдържанието и отваряне към ежедневни теми като алтернативни форми на образование, иновации, медицина, забавление. Запазена зона за най-малките зрители остава „Лека нощ деца“ в 19.50, каквато е традицията.

Както вече споменах БНТ трябва да използва ограниченото си време за реклама, както е по закон, в своя полза. Досадата която зрителите не крият към огромните рекламни блокове в търговските канали дава едно голямо предимство на обществения оператор при подреждането на програмата си.

Програмите „Сутрешен блок“, „Култура БГ“ и „100% будни“ дават заявка за предавания които печелят зрителска

аудитория и по тази причина. Най-рейтинговото предаване на БНТ - „Стани богат“ ще привлече още повече зрителски интерес, ако започва в 20.00ч., когато е пикът на праим тайма. Това е и времето за филми и телевизионни сериали. В края на деня повечето европейски големи обществени телевизия включват в програмата си коментари предавания, анализиращи събитията от деня. Това смятам за необходимо да направя и в БНТ. В късния часови пояс, освен съществуващата информационна емисия новини, е добре да се програмира късно ток-шоу, направено развлекателно, атрактивно и с хумор отговарящо на вкуса на зрителите в този по-късен час. Искам да припомня, че такова предаване съществуваше в програмата на БНТ и беше изключително популярно./“Как ще ги стигнем американците”/

БНТ има стойностни предавания, които трябва да запази като “История БГ”, “Панорама”, “Вяра и общество”, “Референдум”, „Извън играта“. Но има и много незапълнени зрителски ниши. Липсват предавания за икономика, за децата, младите хора, интелектуалците и пенсионерите. Това са зрителски групи, които трябва да имат своите предавания в политематичния канал БНТ1.

В информационните емисии и коментарни предавания на първия телевизионен канал на БНТ трябва да участват по-активно и РТВЦ Пловдив, Варна, Русе и Благоевград, с всичко важно, което се случва в регионите. Необходимо е обновяване на кореспондентската мрежа и техническо модерно оборудване.

БНТ2-КИНО

Вторият телевизионен канал трябва да се профилира като канал за кино и култура. Съществуващите филмови канали на търговските медии привличат голям зрителски интерес, което е в ущърб на обществената телевизия. И затова



предлагам създаването на конкурентен мощен филмов телевизионен канал. Още повече, че БНТ единствено разполага със сериозен филмов фонд!

В БНТ2 КИНО ще се използват всички стойностни български и чужди филми. Ще се правят седмици на европейски телевизии, на базата на подписани договори с тях. Ще бъдат представяни имена в киното, културата, известни художници. Мисля, че е добре БНТ да подпише договори с всички театри в България, за заснемането на свалените от афиша театрални постановки. Те ще се излъчват в **БНТ2 КИНО**. Това в известна степен ще възстанови емблематичния за националната медия ТЕЛЕВИЗИОНЕН ТЕАТЪР и е възможност на хората от малките населени места да се запознаят с това изкуство.

БНТ3 СПОРТ. Да продължи да се развива като спортно-развлекателен канал. Основание за това е първо интересът на зрителите към спортните първенства и състезания от европейски и световен мащаб, а и фактът че те се излъчват във формат HD.

БНТ 4-БГ. Това е каналът-палитра на България! В него трябва да има предавания за туризъм, фолклор, история, забележителности, национални традиции, обичаи и обреди, музика и всичко уникално българско.

Това е мястото, в което ще се излъчват новосъздадени предавания на четирите РТВЦ - Пловдив, Варна, Благоевград и Русе.

Този канал трябва да показва всичко стойностно от България, поднесено по модерен и атрактивен начин, за да е привлекателно за българите в чужбина. Ще се излъчват и субтитрирани документални филми, за да направят достъпни уникалните места в България за по-голям кръг зрители.



IV. ТЕХНОЛОГИЧНО РАЗВИТИЕ

За да бъде БНТ модерна и конкурентна медия трябва да използва технологично всички съвременни средства, въведени в световната медийна практика. Да отдели специално внимание на новите технологии, за да не отстъпва технически на търговските медии.

БНТ - телевизия на „живите“ предавания. Към това ще са насочени усилията в технологичното развитие .

Особено важно в това отношение е да се завърши процеса на дигитализация на **Архива и Златния фонд** на БНТ. Това трябва да стане и с архивите на четирите РТВЦ . Затова ще се търсят допълнителни средства и по европейски програми.

БНТ се нуждае от обновяване и допълване на съществуващата техника. Това обаче може да се направи след внимателна и точна оценка на наличния технологичен ресурс. Всичко ново, което трябва да бъде закупено за обновление на техниката , трябва да бъде съобразено с вече съществуващите формати.

V. ФИНАНСИРАНЕ, ФОРМИ И МЕХАНИЗМИ ЗА КОНТРОЛ

БНТ се финансира основно от бюджетна субсидия, която се гласува ежегодно от НС. Към това се добавят приходи от собствена дейност, реклама и спонсорство, дарения и завещания, лихви и други приходи, свързани с телевизионната дейност.

Разходите обаче всяка година превишават приходите.

Задълбочен анализ на финансовите процеси и актуално състояние на БНТ ще трябва да се направи, за да се открият причините за този голям дефицит. На този етап може да се очертаят следните мерки за подобряване на финансовото състояние:



- Да се търси възможност за увеличаване на държавната субсидия, поне в рамките на 5-8% от сегашните стойности
- Да се увеличават собствените приходи, като се разработи нова маркетингова стратегия и се търсят варианти за увеличаване на рекламните приходи
- Да се подобри качеството на собствените предавания, за да се привличат повече спонсори
- Да се спре дублирането на дейности и изтичането на средства от отделните продукции
- Да се оптимизира производствената структура
- Да се преразгледат и регламентират правилата в отношенията с външни продуценти за по-добри и изгодни за БНТ условия
- Да се развие Продуцентският принцип като елемент за по-добро финансиране и контрол на производството
- Да се търсят варианти за съвременни цифрови и енергоспестяващи технологии, които ще доведат до сериозно намаляване на разходите за производство.

Превръщането на БНТ в силна, конкурентна, модерна медия е моя мечта! Работих в нея повече от 35 години, станах професионалист в тази медия и искреното ми желание е тя да върне позициите си на лидер в медийната среда. За да може да изпълнява обществените си функции, за да достигат посланията и до зрителите, тя трябва да стане отново най-гледаната и силна медия.

БНТ трябва да използва ситуацията си на уникален медиен оператор и да потърси възможностите в себе си, за да си върне силата. Трябва да се опре на кадрите, с които разполага, като им даде достойно за момента заплащане.



А и като създаде система за повишаване на квалификацията, особено по отношение на всички съвременни цифрови технологии.

БНТ трябва да създаде своя Академия за обучение на телевизионни кадри като най-старата медия в България. Това е на практика медията, захранила с кадри, ръководни и творчески, всички новосъздадени телевизии в България.

Цел на мандата ми ще бъде да направя отново привлекателна БНТ за професионалистите и процесът на изтичане на добри кадри към търговските медии да стане с обратен знак.

АВТОР: НИКОЛА ТОДОРОВ

