

БЪЛГАРСКАТА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ И ОБЩЕСТВОТО

ПОГЛЕД В БЪДЕЩЕТО

Обществената телевизия е европейски феномен, роден от развитието на медийната демокрация. Това не е обикновена трансформация на държавните медии в обществени, а създаване на нова социална философия за взаимодействие на медиите с обществото. Още с първата Резолюция на Съвета на Европа от 1994 г. за обществените медии е дефинирана тяхната конкретна мисия в съвременния европейски свят. В този документ е въплътена основно идеята, че програмите са обърнати към всички социални групи в обществото и са призвани да информират, да осигурят граждански достъп, дебат и плурализъм във всички области на социалния живот, да образуват, да осигуряват програми за култура и качествено развлечение. Непрекъснато се обогатяват изискванията към обществените медии в цифрова среда през фокуса на обществения интерес. А за да се случи това са необходими правни инструменти за гарантиране на тяхната независимост от политически и корпоративни намеси, както и обществено финансиране, различно от пряката държавна помощ. Всяка страна, като се опира на тези три основни принципа, сама решава законодателната рамка и съответните вътрешни устройствени уредби. И тук идва нашият проблем, който условно съм нарекла през годините „Български синдром на обществените медии“. Липсата на обществен надзор на програмната политика, на управленските структури и разходване на средства е същностен проблем на действащото българско законодателство. Ръководителят на правния отдел на Европейския съюз за радио и телевизия Вернер Румпхорст пише през далечната 2003 г.: „Необходимо е ефективно наблюдение и контрол, най-малкото защото се харчат пари, които гражданите са задължени да плащат пряко или непряко чрез бюджета. Аз намирам още една крайно опасна тенденция – пирамидалната структура на управление и големите правомощия на директора, той е своеобразен властелин – предлага всички членове на управителния съвет, назначава

програмните директори, бюджетните комисии. В нито една европейска обществена телевизия директорът не притежава такива правомощия, затова е толкова лобистка битката за генерален директор, защото чрез него се влиза безпрепятствено в телевизионната система, просмукана от политико-корпоративни влияния. Много медийни специалисти са критикували този раздел Закона за радиото и телевизията, правени са предложения за законодателни промени или за цялостни и самостоятелни закони за обществените медии. Имам и аз скромнен принос като координатор на програма Обществени медии в Югоизточна Европа на Съвета на Европа и Световната федерация на журналистите (приложение1!). Но в тази концепция ще се спра на дефицитите в обществената телевизия, които могат да бъдат решени в сегашните условия, както и търся съответни решения. Никой не си е самодостатъчен, затова предлагам активна обратна връзка с обществото, плуралистична структура на управление и гаранции за защита на редакционната независимост и на обществените интереси.

През годините се сменят генералните директори, но проблемните зони остават непокътнати. Отсъства постоянна и активна връзка с националната аудитория, липсват представителни изследвания на зрителските потребности и интереси, въз основа на които да се гради многопрограмното развитие и новите форми на комуникация чрез мултимедийни платформи и подкасти.

ДЕФИЦИТИ

Всяка уважаваща се обществена медия има водещ департамент „Стратегически анализи и развитие“. Мантрата, че такива изследвания са скъпи и телевизията не може да си ги позволи, е фалшива, защото БНТ разполага с достатъчно ресурс поне три пъти годишно да може да ги осъществи. Пийпълметричните изследвания дават моментното състояние, профилите на различните аудитории, но не могат да решават стратегически задачи по отношение ефективността на телевизионното общуване и програмиране. В зависимост от сложността на въпросника те могат да достигнат максимум до 20 000 лв., затова е странен аргументът на телевизионното ръководство пред одита на Европейския съюз за радио и телевизия

от края на 2019 г за липса на ресурс за такава дейност.Обществената телевизия у нас не зависи от обществото, а функцията на консултативния обществен съвет е илюзорна и имитираща демократични норми, най-често съветът е функция на приятелски и лобистки отношения След като може Студентска медия да направи представително изследване в осем университетски града за нагласите и потребностите от информация, образование и развлечение, какво остава за БНТ. БНТ не е зависима от зрителите и това личи във всичко.

Най -болезнената тема е, че БНТ има възрастна аудитория 60+ и на практика не полага никакви усилия за приобщаване на младежката и детска аудитория,въпреки добрите практики от зората на демокрацията. Не се наблюдава дори опит да обърне политиката си към младежка и активна аудитория. Мотивът, че тези групи не гледат телевизия не е вярна,има други форми на съвременна телевизионна комуникация чрез УЕБ телевизия, подкасти и мултимедийни платформи. Например още през 2013 BBC прекрати ефирното излъчване на тийнейджърски и детски канал и ги направи подкасти. Подобно решение взе и Френската обществена телевизия, която разработи няколко подкасти и кабелни програми за детска,тийнейджърска аудитория,студентска и активна младежка аудитория, включително млади семейства с деца.Според статистически данни от изследвания БНТ достига седмично до 51.8% от националната аудитория, но 68% са сред възрастните 60+.На практика БНТ няма младежка аудитория като целеви адресат.В одита на Европейския съюз за радио т телевизия от 2020 е записано: Звеното за проуяване и аализ на аудиторията (3 души) е част от дирекция „Маркетинг и комуникация“ и ежедневно подава информация за рейтингите. БНТ няма пари за социологически изследвания или други качествени проучвания и...БНТ трябва да анализира собствената ситуация, както и да планира своя стратегия и стратегия за развитие включително и дигитална трансформация от гледна точка и всичко това в рамките на концепцията АУДИТОРИЯТА НА ПЪРВО МЯСТО“.

Друга мантра,повтаряна с години е, че БНТ няма висок рейтинг, защото има специфични функции, свързани с

образование и субкултури, включително и с предавания за малцинствени групи и хора в неравностойно положение и т.н. Обществената мисия е ясно и идентично дефинирана в националните законодателства, а големите и утвърдени обществени телевизии като ARD, FRANCE TELEVISION, BBC и RAI имат в прайм-тайма аудитория между 36 и 47% (данни на Европейската обсерватория по аудиовизия).

* Многопрограмно развитие на обществената телевизия.

В одита на Европейския съюз за радио и телевизия буквално е записано: „БНТ да познава аудиториите и тяхното разнообразие, профили интереси и навици, очаквания, начини на потребяване на съдържание; да подобри съдържанието и неговото предлагане на различни целеви групи, най-вече младежки и детски сегменти; да следва добрите практики на водещи европейски телевизии“. Парадоксално е, че на всеки три години по субективната визия на директора, се преформатира многопрограмното развитие на БНТ. Най-ярък пример е съдбата на БНТ 2 и БНТ 3. БНТ 2 ту е регионален канал, ту - за образование и култура, като резултат никога не е имал ясен облик. БНТ 3, след пазарлъци и дебати, стана спортен канал, а отсъства информационно-аналитичен канал, какъвто имат почти всички обществени телевизии. Спортната тематика чрез програмни прозорци може да присъства и в четирите програми. Няма нито визия, нито стратегия за БНТ 4, адресирана към българските граждани зад граница. За мултимедийни платформи да не говорим, въпреки че още през 2009 г. финландската обществена телевизия въведе наземното цифрово разпространение и създаде две платформи с безплатен достъп: до актуални културни събития в реално време и до електронни библиотеки и втора – за образование през целия живот, включително поредици за квалификация и преквалификация.

България продаде разпространителската мрежа на БНТ чрез БТК за скромните 280 млн. евро, а плащанията, които БНТ прави през последващите години многократно надвишават тази сума. Фалитът на цифровизацията у нас и на мултиплекса на

Цветан Василев не само не са обект на разследвания, но и няма държавна политика в тази област, погълнала близо милиард евро на европейски и български данъкоплатци.

*Отсъствие на маркетингова кампания и ефективно представяне на бранда на БНТ

Липсва консултативен съвет от водещи специалисти в областта на връзки с обществеността и маркетинга, както и прилагане на успешни модели от други европейски обществени телевизии.

* Регионална политика

С днешна дата няма визия за развитие на регионалните центрове. Регионализъмът е водеща линия в програмната политика на обществените медии. Дори в последните години регионалните програми, излъчвани на национално равнище изпреварват по гледаемост политематичните канали в Германия и Франция - ARD и FRANCE 3. Софияцентризъмът трябва да се балансира с интегрални регионални предавания, защото зрителите се вълнуват от живота, проблемите на гражданите в цялата страна. А регионалните програми са форма на социално включване и платформа за активно общуване. Добър опит в тази посока е часовият пояс по БНТ1 (17-18 часа) и има доказан интерес от пийпълметрията. Трябва да се намерят инвестиции за технологичното обновление на регионалните телевизионни центрове, както и да започне поетапно тяхното излъчване в регионален обхват или да се създаде интегрален канал, разпространяван по кабел и сателит в цялата страна.

*Остър дефицит от дискуссионни предавания във всички области на социалния живот, на разследваща журналистика, както и на създаване на екип от собствени анализатори, особено в областта на и международната политика. В дирекция „Информация и актуални предавания“ работят 60 журналисти и екипът има ресурс за развитие на тези професионални роли.

*Организацията и управлението следват вертикална йерархична структура.

Според ЗРТ директорът сам предлага членовете на управителния съвет, пряко взаимодейства с програмните директори и с такива на други дирекции. Липсва институтът „ПРОГРАМЕН СЪВЕТ“ равнопоставен на управителния. На практика съществува раздробеност на звена и дирекции, които усложняват вътрешната комуникация и взаимодействие между структурите. Неефективна е комуникацията през годините между продуцентските центрове на отделните канали. Липсва и ефективен обществен надзор по целесъобразност на програмната политика и финансирането на телевизионната продукция.

*Няма ясна и подробна организация и защита на журналистическия труд, които да регламентират техните права и отговорности, както ги да на ВВС (Приложение 3).

* Отсъства конкретна политика във филмопроизводството на документални филми и телевизионни поредици. Телевизионната документалистика е визуалната памет на времето, в което живеем и трябва ясно планиране и приоритети. Необходимо е архивът на СТФ Екран да бъде систематизиран и цифровизиран. Преди демократичните промени там работеха едни от малкото истински дисиденти и при добро програмиране могат да се организират добри поредици, уловили духа на времето и неговите герои. Телевизионните филми и сериали не трябва да следват екшъните на търговските оператори, а да отразават сложните и противоречиви времена, в които живеем, през разкази за нашето време – отношения в семейството, социалните групи, обществото като съвременен социален роман. А ние имаме много добри театрални и филмови драматурзи. Липсва прозрачност при оценка на одобрените проекти и тяхното финансиране. Пример за това е успешният телевизионен сериал „Под прикритие“, обявен, че е купен на Световния търговски пазар в Кан за 167 територии, но постъпленията са нищожни, а днес екипът съди БНТ за не из платени авторски права .

*Отсъствие на програмна стратегия за външните продукции, които също работят при неясни критерии и изисквания както по отношение на селекцията, така и на бюджетирането им.

*Търсене на финансов ресурс за цифровизация на богатия фонд на БНТ, който може да бъде предмет на иновативна програмна политика за използването му. Няма и активен маркетинг за продажба на продукцията.

*Продължаване на технологичното обновление, на създаване на затворен цикъл на производство и натовареност на студийния комплекс, нови мощности (ПТС и РТС) с най иновативните възможности за цифрова комуникация.

*Решаване на проблемите, свързани с бюджетни постъпления по законодателен път, без пряка държавна помощ, незабавна промяна на тарифата на час програма в зависимост от сложността на предаванията с лимитирани граници и формиране на бюджет, съгласно оригиналната продукция, закупената продукция и повторенията.

Не е ясна и визията за реклама и спонсорство. Отсъства Диалог с водещи предприятия в областта на цифровите технологии, предприемачеството и производителите на родна продукция. Бих се отказала от рекламите на хазарта и бързите кредити, ако има съгласие в управителния съвет.

*Одит на състоянието на материалната структура на сградния фонд, неефективно използване на НРТЦ.

Всички описани до тук дефицити ще се опитам да анализирам конкретно и да предложа работещи решения.*

ПРОГРАМНА ПОЛИТИКА

1. Създаване на структура „Стратегическо планиране и развитие, която да включва следните направления

Изследвания на аудиторията

Маркетинг и брандове

Вътрешен мониторинг,

Мултимедийно планиране и подкасти.

Създаване на консултативен съвет от медийни изследователи.

Всички пилотни предавания ще минават за оценка от фокус групи, определени от концептуалния модел и адресат.

Развитие на маркетинговите проучвания, особено на младежката и активна аудитория. Онлайн изследвания на вкусовете на определени целеви групи. Програмата е лицето на обществената телевизия. Дали е ефективна организацията и управлението на медията се разбира чрез качествата на предаванията и тяхната гледаемост от аудиторията. Днес медийните изследователи фокусират вниманието върху индивидуализацията на посланията и профилите на конкретните аудитории. При такова многообразие и брой канали в родния ефир, акцентът се поставя върху не само върху масовостта, а не по-малко важни са качествените характеристики на потребителите. Ако аудиторията е високо образована, ако има сред публиките лидери на обществено мнение, които да 'ретранслират' в публичността и социалните мрежи съответните послания, това е също белег за ефективност. При букетите от програми, мултимедийни платформи и подкасти в обществените медии е много важна координацията между водещия политематичен канал и специализираните канали. Азбучна истина е, че политематичните канали обединяват разнородна аудитория, те имат интегрираща функция и са платформа за своеобразно единение на нацията, а специализираните канали събират социални групи по тематика, потребности и там изискванията към комуникацията са различни. В политематичния канал

трябва да има качествена разследваща журналистика и дискуссионни форми, както и предавания гарантиращи граждански достъп до медиите. Те трябва да са постоянен коректив на всяка власт, да мерят пулса на обществения организъм. Образователната, културната и развлекателната роля да са съизмерим с базисни ценности стереотипи и вкусове, като много съществена е функцията на пречистващия смях и сатира, каквито за съжаление днес няма в програмите на БНТ.

ПРОГРАМНИЯТ СЪВЕТ и програмно-координационният център са сърцето на медията. За съжаление той не е институционализиран в ЗРТ, а в практиките при много генерални директори е подвластен на външни политически и корпоративни влияния. Програмните директори се назначават от генералния директор а в последния мандат се назначават чрез предвидим конкурс вътрешни лица, които са по-скоро подвластни на директора и управителния съвет, отколкото да са личности, които олицетворяват обществената мисия на телевизията в културата, образованието, развлечението. Затвореният цикъл на производство пък в дирекция „Новини и актуални предавания“ я превръща в затворена зона без ефективно взаимодействие с другите структури за телевизионно програмиране. След внимателен анализ и дискусия с Програмния и Обществения да се формира облика на четирите канала;

политематичен,
информационно-аналитичен,
културно-образователен
канал за българите в чужбина

БНТ1

!

Политематичен канал, който обединява националната аудитория и представя значими процеси в различни области на социалния живот, предлага достъпни поредици за образование и култура и качествено развлечение. За съжаление пийпълметричните изследвания от първата половина на м. май показват като цяло много нисък зрителски интерес (виж приложенията) Някак е обидно парите на данъкоплатците да отиват в предавания с рейтинг 1 или 0,2-05). Финансовите ресурси за реализация на програмата са високи, а ефективността – много ниска. Може би една от причините за ниска гледаемост е несъобразяването с облика на потенциалната аудитория в различните часови пояси и избора на темите или събеседниците, както и на формите на интерпретация. Но това е хипотеза, която може да бъде доказана само чрез изследване на мотивацията за гледане на Канал 1 и оценката на съществуващите предавания, каквато до сега не е правена. Едно от сравнително успешните предавания е „Денят започва“, има и позитивна динамика в облика на аудиторията и гледаемостта. Смятам, че този модел може да се развива в контекста на облика на сутрешните предавания в европейските обществени телевизии – социални, икономически и потребителски теми през актуалните събития на деня, коментар или блиц-дискусия по водеща тема, качествена и полезна информация за деня, както и теми, свързани с училище, семейни бюджети. Политическите разговори – вътрешна политика и международни теми- да бъдат обект в сутрешния блок на информационно-аналитичния канал. Добро развитие имат и „100% будни и „БГ Култура“ по отношение на тематичния избор. Рейтингът е много нисък, въпреки качествата на журналистиката и добрите водещи. Очевидно проблемът е в интерпретацията на темите. „100% будни“ е добра алтернатива на предаванията в този часови пояс на търговските оператори и залага на разговори и сюжети, свързани с научни светове и постижения, с теми в областта на междуличностната и социална комуникация. Това трябва да е територия за здравната проблематика и гражданското образование

Конкуренцията с търговските оператори не трябва да следва „коктейла“ на предаванията в този часови пояс, а да се фокусира

върху определени тематични доминанти. „Култура БГ“ може да разгърне още с час и освен актуални разговори за събития в различни изкуства и субкултури, може да включва повече външни срещи с творци, в момента на подготовка за събития.

Журналистическите разследвания и дискуссионните форми да бъдат разгърнати в часовия пояс -16-19 ч. - атрактивни, актуални и полезни, търсещи не просто сблъсък, а решения, на експерти, лидери и представители на неправителствени организации. Разследващата журналистика да има специален статут и друг режим на реализация от останалите актуални предавания. Да се работи с организации като „Прозрачност без граници“, „Правосъдие за всеки“, „Български хелзински комитет и с BIRD. Вг, част от международен журналистически консорциум за разследвания чрез база данни. Трябва да има и постоянна гореща линия за сигнали при спазване на принципа за защита на източниците на информация.

Необходимо е да се намери разумен баланс и различен облик на информационните емисии. Пийпълметрията показва, че лидерат новините в 20 ч., а е паднал рейтингът на новините в 18 ч., преди няколко години имаше обратна тенденция.

Единственото предаване с по-значим рейтинг е телевизионното състезание „Последният печели“ в 19 ч., то е алтернатива на новинарските емисии в търговските оператори. Прайм-таймът трябва да е посветен на качествено развлечение – филмова програма, музикални и развлекателни предавания, които да обединяват интересите в семействата, Това е часовият пояс в европейските обществени телевизии за развлечение и отмора. В подобен контекст трябва да се развива и програмата в уикенда. БНТ има добри традиции в този аспект: „Телевизионен неделник на Бригита Чолакова“, „В неделя с“ на Димитър Цонев. Атрактивни блокови предавания с участие на публика и микс от интересни гости и качествена забава. В сутрешните часове акцентът да е върху личността на участниците, през индивидуални ценности и възгледи се разказват събитията на седмицата. Мога да дам пример с повече от 29 години успешност във френската обществена телевизия на съботно-неделното предаване „Чай или

кафе“. Ако гост е изтъкнат интелектуалец, той не говори за своята област, а коментира теми от значим обществен интерес.

BNT 2 – програма за образование, култура и младежки инициативи

Функционалната неграмотност на подрастващите, потребителската култура трябва да имат своята алтернатива в обществената телевизия. Този специализиран канал трябва да разполага с творчески ресурси за индивидуализация на посланията към различни групи – културни елити, образована и масова аудитория, младежки аудитории, да представя наши и световни субкултурни явления, както и да създава в творчески работилници постиженията на различните изкуства, включително и чрез преки излъчвания на национално и регионално равнище на различни културни събития и спектакли. Граденето на програмата трябва да е алтернатива на часовите пояси в каналите на БНТ, като има фиксирани пояси, свързани с бюджета на свободното време, на младите хора, на трудните процеси, свързани с формиране на идентичност, да разкрива проблеми със зависимости, с адаптация в работна среда. Психологическото ток-шоу да има водещо място в използваните творчески форми. БНТ трябва да бъде национален образователен институт, и да има важна роля за оформяне на ценностния хоризонт на подрастващите. Чрез своята програмна политика БНТ трябва да работи за минимизирането на демографската катастрофа у нас. Огромен дефицит е отсъствието на студентски предавания. БНТ може да сключи нови договори със Студентската телевизия „Алма матер“ и чрез своята Телевизионна академия да подпомага развитието и реализацията на младите лад колеги.

БНТ 2 трябва да реализира договори за сътрудничество и с европейски канали за образование и култура и със специализирания канал за изкуство и култура ARTE - културната съкровищница на Европа. Такова общуване ще даде друг културен хоризонт на българската публика.

Липсва всякаква системност при създаването на образователни поредици в контекста на дневния ред на обществото. Необходимо е да се планират дългосрочни документални поредици, свързани с

културното ни наследство, които могат да имат успех на световния телевизионен пазар. Трябва да се създават предавания, свързани с приоритетни области и постижения в българската наука.

Образователните поредици да включват езикови курсове, телевизионни разкази от историята на изкуствата, портрети на творци. Добре е да има дискусивно и коментарно-аналитично предаване за съвременните процеси в културата у нас и в глобален план.

Предвиждам преки включвания на спектакли и концерти от цялата страна, като реализационните екипи да бъдат от творци, познаващи спецификата на различните изкуства. Предвиждам и късно вечерно ток-шоу, като всеки ден от седмицата да е посветен на различна муза – кино, театър, опера, оперета, и балет, поезия и литература, поп култура. Ще има предавания за фолклор, етнология, народни обичаи и поверия, както от България, така и от света. Включване в програмата на преки излъчвания на концерти и спектакли от София и регионалните центрове. Необходимо е да се ползва капацитета на съставите на Българското национално радио, като се отразява тяхната концертна дейност, която е национално богатство. Да се стимулира копродукцентската дейност с други обществени телевизии. Много съществен фактор за разбирателството на Балканите е межкултурният обмен с обществените телевизии в региона. Важна програмна доминанта трябва да бъдат културно-историческото наследство, културният туризъм, които чрез стойностни документални поредици могат да имат излаз на световния пазар. За тази цел е необходимо да бъдат поканени за сценаристи - ярки творци от тези области.

БНТ 3

БНТ 3 ще бъде нов информационно-аналитичен канал, каквито имат почти всички обществени телевизии в Европа. БНТ с 60 членен екип от журналисти в дирекция „Новини и актуални предавания“ чиито капацитет не използва ефективно.

Сутрешният блок ще е посветен на политическите процеси у нас и в гео-политически план, като ще се търси активно плурализъм на

гледните точки. Предвиждам и преглед на чуждестранния печат, както и коментари по актуални теми теми на деня. Ще има фокус върху предавания за Балканите с разгърната кореспондентска мрежа.

БНТ 3 ще има програмни прозорци за спортни събития у нас и в чужбина, съобразно закупените в предишните години спортни права.

Новост ще бъде и програмният прозорец за живота в българските региони, като се приложи опита на германската обществена телевизия. Този канал няма да следва логиката на традиционните новинарски програми, а ще се фокусира върху анализи и коментари, досиета на значими събития, ще търси анализатори във от страната, които да дават друг социокултурен контекст на анализиранията събития. Коментаторите ще се съобразяват с водещо правила в обществените медии-представяне на различни значими гледни точки, на фона на които да се изгражда собствената аргументация и оценка. Многостранното изследване на събитията в дълбочина е основна ценност в интерпретативната журналистика

БНТ 4

Програмата за българите в чужбина трябва да има два аспекта: да представя най-добрата и значима продукция от програмите на трите канала и да има интерактивни предавания с участието на нашите сънародници. Пример за успешен проект през годините беше „Полет над нощта“ с Георги Любенов. Телевизионната комуникация и различните възможности за общуване на живо чрез съвременните технологии могат да се превърнат в ефективен телевизионен мост с тях. Потребността от междуличностна комуникация в социален план може не само да поддържа връзката с България, но и да съдейства за решаване на техни проблеми в различните страни. Курсовете по български език за детската и младежка аудитория ще бъдат ценни и полезни. Също и документални поредици за културно-историческо наследство, география и туризъм, етнография.. Например каналът на полската обществена телевизия е конкурентен по гледаемост в прайм-тайма от първия политематичен канал. В последните шест години

полската обществена телевизия излъчва със субтитри на английски език и така разширява обхвата на аудиторията си в глобален план.

ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ НА ДЕЙНОСТТА РЕДАКЦИОННА НЕЗАВИСИМОСТ

Дори бегъл поглед върху организационната и управленска структура на БНТ разкрива фрагментарност, наличие на множество звена, без ефективна функционалност и обвързаност и неяснота около управленската субординация. Отсъствието на ефективен обществен надзор на програмната политика, управлението и финансирането е сред водещите проблеми на БНТ. Надзор по целесъобразност и търсена социална ефективност. Предвиждам по примера на добри европейски практики създаването по нов принцип на конституиране на ОБЩЕСТВЕНИЯ, УПРАВИТЕЛНИЯ И ПРОГРАМНИЯ СЪВЕТ.

ОБЩЕСТВЕН СЪВЕТ

Той ще бъде конституиран по примера на германската обществена телевизия и разработен у нас по програма „Обществени медии в Югоизточна Европа (виж приложението). Ще бъде направен списък с културни институти, неправителствени организации със значим принос в изграждане на гражданското общество, браншови камари, творчески сдружения, министерствата на образованието и културата, които ще изберат свои представители в надзорния съвет. Те ще анализират най-малко на четири годишни сесии телевизионните програми през призмата на съдържателни дефицити в различните области на обществения живот. Главен секретар на този съвет ще бъде ОМБУДСМАНЪТ на БНТ. Той ще поддържа и постоянна комуникация за оперативни сигнали, свързани с програмната политика. На първото си заседание Общественият съвет ще избира председател. На този съвет ще бъде предоставяна оперативна информация, свързана с програмите, резултатите от изследванията на аудиторията и медийния мониторинг. Заседанията на Обществения съвет ще са публични и отворени за предложения и оценки на зрителите.

ПРОГРАМНИЯТ СЪВЕТ е оперативен орган за организация и управление на програмите. В неговия състав влизат: програмен директор, директорите на отделните програми и външни независими специалисти в областта на телевизионното програмиране и комуникация. Той работи в ефективна комуникация с Обществения съвет и департамента по стратегическо развитие и изследвания на аудиторията.

ИЗПЪЛНИТЕЛНИЯ ДИРЕКТОР, отговаря за реализационните и технологични звена. Организацията на творческия процес ще следва хоризонталната структура на комуникация. Към програмния съвет е изграден програмно-координационен център, свързан с планирането на програмата, с оценка на нейното качество преди ефир. Програмният съвет има и разширен състав (заседания месечно) с главните продуценти в различните канали.

УПРАВИТЕЛНИЯТ СЪВЕТ е ПРЕСЕЧНАТА ТОЧКА на творческата и организационната дейност, а правомощията ясно са разписани в ЗРТ. В неговия състав трябва да са включени специалисти от важни сегменти на телевизионната дейност: журналист, юрист, финансист и специалист в областта на телевизионната технология и новите модели на комуникация в цифрова среда. По програма „Обществени медии в Югоизточна Европа“ бяхме предвидили плуралистична структура на управление: двама членове, предложени от Общото събрание на БНТ – нови технологии и журналист, а юристът и финансистът да са функция от предложенията на генералния директор. И без законодателна промяна екипът на БНТ може да направи предложения до генералния директор.

Необходима е цялостна преоценка и преглед на вътрешната устройствена уредба или самостоятелен закон за обществените медии.. Имам намерение да ползвам консултанти ползвам консултанти от BBC и ARD.

Необходим е преглед на длъжностните характеристики на работещите в БНТ и нови гаранции за редакционна независимост и творческа свобода на журналистите при спазване на правата и отговорностите. Само така ще се преодолее автоцензурата и предварителната намеса в

журналистическата дейност. Ще изискам правилата на BBC за журналистическа дейност, в които са описани как да действат журналистите в различни професионални ситуации и се надявам те да станат неразделна част от длъжностните характеристики (виж приложението). Заради финансовото си състояние БНТ не може да съ разреши конкурентни възнаграждения и живее ден за ден. Отсъства корпоративна стратегия и тренинг, който да се основава на ясна представа за нуждите на БНТ в средносрочна и дългосрочна перспектива. Ще бъдат създадени и гилдийни организации в областта на операторската дейност, режисурата, сценарната дейност. Наблюдава се дефицит от креативни и ефективни решения, свързани със създаването на телевизионната продукция. Необходим е портфейл от имена в различните области на телевизионното творчество. Трябва да се обявяват периодично вътрешни конкурси за проекти, съобразно програмната схема и намерения, а след това да се реализират сесии за външна продукция. Арбитражна комисия ще се произнася по жалбите. Тази комисия ще се произнася и по възникнали критични ситуации, свързани с трудово-правни конфликти. В БНТ работят 1350 служители и почти същия брой = на граждански договори. А журналистите са по-малко от 350. Има остър недостиг на творчески ресурс за художествената телевизия – детски и младежки предавания, програми за образование и култура. Но смятам, че мотивацията на екипа е доста ниска. Служителите не са мотивирани да говорят открито, те се фокусират предимно върху индивидуалната си работа. Необходима е нова вътрешна динамика на диалог и взаимоотношения.

Според цитирания одит реализационните техническите служби са силно фрагментирани, без необходимите функционални връзки между тях, А многобройният технически персонал, несъотносим с творческите лица, е индикатор за нереструктурираните и немодернизирани технически отдели.

БНТ заделя според ЗРТ огромен финансов ресурс за филмопроизводство – документално, игрално кино и сериали. Цялата селекция години наред е забулена в мъгла и недостъпна като информация. Отсъства и програмна стратегия за производство на документалистика и телевизионни сериали. Всичко е в полето на индивидуалните предпочитания на ръководните екипи. Не се познават мотивираните решения за спечелилите конкурсите. Спомням си идеята на Люба Кулезич от конкурсите за директор от 2010, която не получи реализация. В името на обективността и честността на конкурсите да се създаде информационна банка от поне 150 имена на компетентни и легитимни представители на киното, литературата, театъра, продуцентството и чрез жребий да бъдат излъчвани членовете на журита за конкурсните проекти в различните области. Това е и практика на обществените телевизии в много страни.

ТЕХНОЛОГИЧНО РАЗВИТИЕ

Модернизирането на студийните комплекси 5 и 6 с най-съвременен технологичен ресурс, включително и с възможности за добавена реалност и виртуални декори е стъпка в технологичното обновление. Като прибавим и относително новото студио 1 в НРТЦ телевизията притежава добри възможности за телевизионно производство. Да продължава реализацията на затворен производствен цикъл и паспорти за ефективно използване на студийния комплекс. Проблем и недостатъчни са станциите за монтаж и постпродукционна дейност. Ако се изградят в НРТЦ павилиони за монтаж и постпродукционна дейност и чрез облачна технология се монтират и редактират предаванията, това би оптимизирало и модернизирало производствения цикъл, особено при увеличаването на собствената продукция. БНТ произвежда 45% от оригиналната продукция на БНТ 1 и БНТ 2 и 33% на БНТ 3, А сградата на БНТ ма „Сан

Стефано“ не отговаря на представите за ефективен технологичен комплекс. НРТЦ е в окаяно състояние, одобени реквизита не художествено –постановъчния отде. Съвременните технологични комплекси ма обществените медии са в перифериите на градовете с модерна архитектура и функционашност.

Външните предавания на живо изискват нов ПТС и мобилни РТС. Преглед на технологичния парк в контекста на програмната политика на БНТ2 и 3 би открил дефицитите. Приключване на процеса на цифровизация на архива би могъл да бъде използван в програмите на БНТ, както и да се определят тарифи за използване от други оператори и частни лица. За съжаление БНТ отказа да се включи в Центъра за върхови постижения „Наследство БГ“, в чиито център е дигитализацията на културно-историческото наследство и разполага с актив от 39 милиона по европейски проект за развитие на рекреативната индустрия.

МУЛТИМЕДИЯ

Изграждането на мултимедийни платформи, специализирани сайтове и подкасти е в центъра на технологичното развитие на БНТ. Изграждането БНТ нюз като модел е изключително позитивна стъпка Сайтът се посещава дневно над 20 000 пъти, предимно от активна и младежка аудитория.

Прекавалификацията на техническите екипи и възможността да съвместяват няколко дейности, както и наемането на млади специалисти ще реструктурира огромния и неефективен технически персонал Създаването на ефективни интерактивни връзки с аудиторията, включително и комуникация чрез мобилни платформи ще привлече младежка аудитория. Както и създаване на универсални медийни платформи с отворен код. Цялостната стратегия за технологично обновление трябва да бъде поверена на Съвет за технологично обновление, в който да бъдат включени изявени външни специалисти.

Финансиране на БНТ

БНТ непрекъснато прави публични изявления, че е недофинансирана, но основният проблем е отсъствието на финансов надзор по целесъобразност. Тарифите за час програма трябва да бъдат съобразени със сложността на предаванията и да са с лимитирани граници. През годините се наблюдават огромни диспропорции във финансирането на сходни като реализация предавания, защото всичко се определяше от субективната воля на членовете на Бюджетната комисия, конституирана със заповед на генералния директор. Огромен е и процентът на външните продукции (около 33%.) Кое то натоварва с големи финансови разходи. Според програма „Обществени медии в Югоизточна Европа“ и внесения проект за финансиране се създава петчленен надзорен съвет, който следи за целесъобразното разходване на средства и се въвежда финансова политика без пряка държавна помощ. Смятам, че този надзорен финансов орган трябва да е квотно конституиран с представители на БНР и БНТ, на финансова държавна институция, на представител на програма „Прозрачност без граници“ и един, предложен от СЕМ. Сега е упълномощен СЕМ да избира състава му. За съжаление кампанията за събиране на такси се провали заради популизма на българските политици и ако беше въведен поэтапно с такса домакинство и на юридически лица, можеше значително по рано чрез общественото финансиране БНТ да стане по независима от изпълнителната власт и да е обвързана към обществените програмни очаквания.

Финансирането на обществените медии е свързано с различни източници:

Целево финансиране от държавния бюджет;

Приходи от реклама и спонсорство;

Приходи от продажба на собствени аудиовизуални произведения;