



**ДЕПАРТАМЕНТ „МЕДИИ И КОМУНИКАЦИЯ“**

**Ролята на обществената телевизия в ситуация на криза**

**А В Т О Р Е Ф Е Р А Т**

**на дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен**

**„доктор“**

Професионално направление: 3.5. „Обществени комуникации и  
информационни науки“,

Област на висше образование 3. „Социални, стопански и правни науки“

**Изготвил:**

**Мария Чолакова F05112**

**Научен ръководител:**

**доц. д-р Стойко Петков**

**СОФИЯ**

**2021 г.**

## СЪДЪРЖАНИЕ

1. Въведение	3
2. Първа глава. Обществените телевизии и тяхната мисия в служба на обществения интерес	6
3. Втора глава. Кризите в обществото. Медийно отразяване	8
4. Трета глава. Изследвания и предложения за подобряване на ролята на обществената телевизия в ситуация на криза	10
5. Заключение	24
6. Научни приноси	27
7. Публикации, свързани с дисертационното изследване	28

## **Въведение**

### **Структура на дисертационния труд**

Дисертационният труд се състои от увод, изложение в три глави, заключение, библиография и пет приложения. Общият обем е 206 страници.

Използвани са 72 източника - 27 печатни, 51 онлайн и три нормативни документа. Дванадесет от цитираните източници са на английски език. Работата съдържа една таблица, 33 графични изображения, 97 бележки под линия, които представляват препратки към литературни и онлайн източници на български и английски език, нормативни документи, доклади, публикации, препоръки и др.

Изследването е фокусирано върху изследването на ролята на обществената телевизия в кризисни ситуации. Трудът изследва и анализира обществената мисия, която е основната причина за съществуването на обществените медии.

В разработката са анализирани европейските практики за управление на обществените телевизии, видовете кризи, кризите, в които попадат самите обществени медии и причините за тяхното възникване. Трудът разглежда медийните практики при едни от най-големите кризи от миналото. Анализирана е дейността на Българската национална телевизия (БНТ) и в заключение е предложен модел, който може да бъде приложен с цел да бъде изяснена мисията на националната телевизия за обществото, предложени са мерки, свързани с финансирането, прозрачността и независимостта на БНТ, изяснена е ролята на обществената телевизия в ситуация на криза.

### **Обща характеристика на дисертационния труд**

#### **Актуалност**

Към момента на започване на написването на този труд намирам, че типовете поведение на медиите в условия на криза са недостатъчно изследвани. В последната година кризите в България са много – световната криза с Ковид-19, която очаквано ни засегна, скандалите с премиера и правителството, скандалът с дефицита в националната телевизия и т.н. Настоящият труд ще анализира доколко и как медиите генерират обществени нагласи, как влияят върху кризата, какви са посоките и механизмите на това влияние, как частните медии интерпретират кризите в борбата за зрителския интерес и

къде е мястото на БНТ като балансьор. Тези обстоятелства определят актуалността и значимостта на разглежданата тема.

### **Цел и задачи на изследването**

Целта на труда е да анализира особеностите на медийната ни среда, като бъдат разгледани спецификите на обществените медии в световен мащаб и да бъде предложена система от подходи за усъвършенстване на Българската национална телевизия с цел подобряване на редакционната политика на медията при отразяване на кризи. Наред с това трудът цели да създаде полезен модел и за подобряване на цялостната обществена функция на БНТ и повишаване на доверието в институцията като цяло.

### ***За постигане на целта са поставени следните задачи:***

Първа задача е анализиране на термина „обществена телевизия“ и дали Българската национална телевизия функционира като такава, извършен е сравнителен анализ между БНТ и обществени телевизии в ЕС и трети страни. Разгледани са двата най-сериозни проблема, свързани с Българската национална телевизия – какви са обществената и функцията и ценностите на обществения оператор и финансирането. Посочени са полезни примери от държавите-членки на ЕС, направени са предложения за прилагането на някои от тях към БНТ.

Втора задача е разглеждане и анализ на най-големите кризи в световен мащаб и овладяването им чрез обективно отразяване. Проследени са добрите световни практики на медийно отразяване в кризисни ситуации, анализирано е медийното отразяване на най-големите кризи в България нагледно е изобразено протичането им.

Трета задача е предлагане на насоки на обществената телевизия за задълженията на БНТ при отразяването на различните видове кризи, извършено е проучване на обществените нагласи към обществения оператор, което води до разработването на полезен модел за отразяване на кризисните ситуации в полза на обществото. Това е осъществено чрез изследване на няколко фокус групи и в крайна сметка са предложени мерки за цялостно подобряване на функционирането на БНТ в кризисни ситуации. Наред с това са предложени мерки за изясняване на обществената функция и ценностите на обществения оператор и са предложени промени в частта, свързана с финансирането.

## **Обект, предмет и обхват на изследването**

Обект на изследването е Българската национална телевизия.

Предмет е функционирането на обществената ни телевизия в ситуации на криза и възможностите на Българската национална телевизия да се справи с отразяването и овладяването им в полза на обществото.

Обхватът на изследването е времеви – периодът на проведените проучвания е декември 2017 г. – януари 2021 г. и количествен – отразени са кризи с по-голям обществен отзвук.

## **Теза на изследването**

Тезата на изследването е: в ситуация на криза, ролята на обществените медии като достоверен източник на информация, особено на телевизията, нараства. Това е доказано в международен мащаб, но трудът изследва доколко това е валидно за Българската национална телевизия.

Тезата е проверена чрез изследване на моделите за отразяване на кризи в обществените телевизии според европейските регламенти и националното законодателство. Анализирани са казуси, които разкриват спецификите на редакционната политика на Българската национална телевизия в кризисни ситуации, направен е сравнителен анализ на между Българската национална телевизия и обществените медии в страни, членки на Европейския съюз и трети страни. Анализирана е обществената реакция и доверието към обществените медии в България.

Вследствие на проведените проучвания беше установено, че голяма част от обществото в кризисни ситуации се обръща за информация към социалните медии и други онлайн източници и бяха предложени промени в тази посока.

## **Методика на изследването**

Обработени са резултатите от анкети и интервюта. Първата част представлява качествено изследване. Тя е съставена от анкети и интервюта, в които са включени четири фокус групи: служители в медии, незаети в медийния бранш, студенти в бакалавърска програма „Масови комуникации“ в Нов български университет и Фейсбук потребители.

Втората анкета е количествено изследване, проведено чрез анкета в специализиран сайт.

Разработен е трети въпросник за специализирано качествено изследване чрез провеждане на онлайн интервюта със служители на БНТ. Поставени са въпроси относно готовността на персонала в обществената телевизия за медийното отразяване на кризи.

Освен източниците, на които се позовава трудът, благодарение на натрупания четиригодишен опит в отдел „Маркетинг“ и отдел „Продажби“ в Българската национална телевизия, авторът е провел вътрешно проучване на практиките в БНТ под формата на събеседвания с колеги от дирекции „Информация“ и „Сигурност“.

Всеки един от методите е използван за постигане на конкретни цели, както следва:

- Проучването и анализа на научна литература по темата на дисертационното изследване спомагат за изясняване на основни дефиниции, използвани в изследването.
- Теоретичните и приложните изследвания са последвани от аналитични авторски изводи, оценки и препоръки.

За доказване на изследователската теза са използвани изследвания на Групата специалисти по обществени медии, документи от Борда на директорите на ВВС, публикации на правни и медийни специалисти от България и чужбина.

Трудът има, както научна, така и практическа насоченост. Резултатите от проучванията и емпиричните изследвания са последвани от анализи и предложения, свързани с: предложения за промени в Закона за радиото и телевизията; анализ на възможностите за промяна на начина на финансиране, изясняването на обществената мисия на БНТ, подобряване на критериите при избор на генерален директор на БНТ и членове на СЕМ.

## **Първа глава**

Тази глава на труда е озаглавена „Обществената телевизия и нейната мисия в полза на обществения интерес“. В нея се анализира въпросът, който от години витае в публичното пространство, за необходимостта от обществените медии или може ли те да бъдат заместени успешно от търговски оператори? Разгледани са въпросите: Кои са

основните характеристики на обществените медии? Какво означава обществена мисия на медии? Има ли оптимален модел за финансиране на обществените оператори? Защо е толкова трудно да се постигне независимост на обществените медии и какви са проблемите при назначаването и предсрочното освобождаване на ръководствата на националните обществени медии? В крайна сметка всички тези въпроси водят към един глобален, а именно какъв е приносът на Българската национална телевизия към съвременното българско общество?

За да достигне до съответните отговори изследването разглежда и анализира следните аспекти:

- История, мисия и развитие на Българската национална телевизия. Извършен е исторически обзор на българската национална телевизия от създаването и.
- Представени са концепцията за обществените оператори, пазарната и демократичната доктрина.
- Разгледано е разпределението на средствата в БНТ по жанрове.
- Дадено е определение на термина „обществена телевизия“. Посочено е съдържанието, което следва да разпространяват обществените оператори и е поставен въпросът доколко Българската национална телевизия отговаря на критериите за „обществена медия“.
- Анализирано е влиянието на Европейския съюз за радио и телевизия (ЕСРТ) и Стандарти на Съвета на Европа за мисията на обществените радио и телевизионни оператори.
- Направен е анализ на обществените цели на телевизията и радиото в информационното общество.
- Представена е обществената мисия в страните от Европейския съюз и влиянието на новите медии.
- Посочени са разпоредбите относно новите технологии в България.
- Проследено е развитието на новите комуникационни услуги в обществените телевизии в Португалия, Дания, Австрия, Чехия, Белгия, Хърватия, Испания, Швеция, Финландия и Холандия.

- Разгледана и анализирана е регулацията на обществените медии във Великобритания и България.
- В детайли е разгледано финансирането на обществените медии у нас, Великобритания и страни, членки на Европейския съюз. Посочени и анализирани са различните модели за финансиране на обществените медии и техните предимства и недостатъци. Дадени са и примери за национални промени във финансирането. Като основен проблем, който спъва възприемането на БНТ като обществена медия, този аспект е детайлно разгледан и анализиран.

От направените проучвания докторантът стига до следните заключения:

- Изясняването на обществената мисия на БНТ е от ключово значение, за да бъде приета от обществото и да може да се стигне до обществено финансиране.
- БНТ има присъствие в онлайн пространството, но е важно да се отбележи, че тожа не е онлайн съдържание, а просто телевизионно такова пренесено в интернет.
- Българската национална телевизия е трудно да бъде определена като „напълно независима от всяка директна или индиректна намеса на държавата или които и да са политически, религиозни, икономически и други интереси“. Това се дължи на това, че тя не се финансира изцяло с обществени средства. Самият факт, че бюджетът се гласува от Парламента създава усещането за тясна връзка с управляващите. Колкото до въпроса дали обществената телевизия осигурява програми за всички възрастови, социални и малцинствени групи, това е много трудно да се определи. Наистина съществуват новини на турски език, но това не изчерпва въпроса. Финансирането е виновникът за това обществото да не следи изкъсо за какво се разходват парите в БНТ, заключава докторантът.

## **Втора глава**

Втората глава е озаглавена „Кризите в съвременното общество и медийното им отразяване“. В тази част на труда е дадена формулировка на „криза“, посочени са видове съвременни кризи, анализирани са причините и предпоставките за тяхното възникване.

Разгледани и дълбоко анализирани са най-сериозните кризи на XX-ти и XXI-ви век като:

- Кризата в Чернобил 1986 г. Разгледано е отразяването на кризата от медиите в тоталитарното общество. Анализира се информационния поток от СССР, от



Шведска страна и Българската национална телевизия. Посечени са и конкретните последици от кризата.

- Кризата във Фукушима през 2011 г. е разгледана в труда като лош пример за комуникиране на форсмажорни обстоятелства, а именно – пълно информационно затъмнение.
- По време на Карибската криза между САЩ и Куба през 1962 г. Президентът Кенеди мобилизира американците към активно участие в кризата, като изнася реч по всички телевизионни канали по това време в САЩ (ABC, CBS, NBC). Така, вместо да прибегне до ракетен удар, той прави своеобразна ПР кампания, с която приобщава обществото към позицията си като държавник.
- Емигрантската криза – като една от най-актуалните и наболели теми в последните години, тази криза е широко засегната и анализирана. Дадени са параметрите на бежанската криза в България и са анализирани обществените нагласи на обществото към емигрантите. Посочена е ролята на Българската национална телевизия и е отчетена положителната и роля като балансьор.
- Кризата САЩ – Иран 2020 г. – една от най-новите и значителни кризи в световен мащаб. Отново трудът разглежда ролята на медиите в кризата и различните гледни точки на двете страни и реакциите по света.
- Разгледано е развитието и овладяването на най-значимите реални кризи в България в периода 2006 г. – 2020 г. Резултатите са изобразени графично.
- Кризата Ковид-19 – най-актуалната криза по света и у нас. Изследването проследява ролята на обществената телевизия в кризата и обществените действия на обществения оператор. Докторантът отчита ролята на БНТ като позитивна и дава примери на отделни предавания в полза за групи в обществото. Все пак са дадени препоръки към БНТ за разширяване и подобряване на съдържанието по време на „новата реалност“, взаймствани от ВВС.

Главата логично продължава с управление на кризите и фундаменталните принципи за кризисни комуникации. Разгледани в дълбочина са кризисните комуникации и грешките при тяхното управление. Посочени са комуникативните приоритети при форсмажорни обстоятелства.

## Трета глава

Тази част от труда е озаглавена „Модел за ролята на обществената телевизия в ситуации на криза“. Главата е условно разделена на три части.

*В първата част* е анализирано доверието към обществените медии и понятието „журналистическа етика“. Анализирана е обществената роля на БНТ при отразяване на кризи. Изложени са резултати от направено проучване на предавания в БНТ със силно застъпена обществена функция, отразени са добри практики от страна на БНТ относно враждебна реч и език на омразата в кризисни ситуации. Разгледан е феноменът „кризата в обществените медии“ в световен мащаб, поставен е акцент на кризите в Българската национална телевизия. Посочени са конфликти и скандали с и в обществената телевизия, които водят до криза на доверието. Анализирани са причините за това. Според ключови думи в изследването причините за честите кризи в обществената телевизия са: финансиране, натиск, криза, контрол, пропаганда, „промиване на мозъци“.

Посочен е броят на работещите в БНТ и е анализирана възможността за реструктуриране на БНТ по гръцкия модел и са разгледани последствията от затварянето на гръцката обществена телевизия.

*Втората част* на трета глава продължава с проучване на нагласите чрез онлайн източници. През бурната 2018 г., когато Константин Каменаров беше окончателно признат за виновен за шофиране в нетрезво състояние и съответно трябваше да напусне БНТ, обществената телевизия беше споменавана, както никога до този момент. Бяха оповестени нецелесъобразни разходи за предавания, съмнителни връзки и всичко това доведе самата национална телевизия до криза.

Поради напрегнатата обстановка и голямата криза, връхлетяла самата обществена телевизия, в труда беше включено проучване как БНТ се справя с вътрешната криза, как обществото реагира на кризите в обществената телевизия дали БНТ успява да се справи на първо място с кризите, които възникват под собствения и покрив.

В изследването е направен задълбочен преглед и анализ на това как останалите медии отразяват кризите в националната медия. 2018 г. започна със скандал в БНТ. Причината – „временното“, както по-късно се оказа – съвсем постоянно сваляне от ефир на предаването „Открито“. Скандалът започна глоба за водещата поради факта, че тя е

платила 960 лв. на независима лаборатория, за да се изследва бетон от незаконен бетонен възел.

Съмнанията, които предизвиква скандалът са, че предаването е свалено от ефир заради разследването срещу близката до властта транспортна фирма „Юнион Ивкони“. Това се носи като мътва в коридорите на телевизията, според статия във frognews.bg от 24-ти януари 2019 г. БНТ разпространява съобщение, от което се разбира, че ще се прави конкурс за ново разследващо предаване, понеже това на Ахчиева било с нисък рейтинг. Коментарите под статията обвиняват ръководството на БНТ в послушание и сервилност към властта.

Публикация във facti.bg (изборът на медия е на база най-много коментари под статията). Заглавието е: БНТ сваля от ефир „Открито“ на Валя Ахчиева, с подзаглавие „Телевизията обяви вътрешен конкурс за ново предаване за разследваща журналистика“. Информацията е от 23-ти януари и става „вирусна“ в интернет. Посочва се, че предаването е в ефира повече от 20 години и се цитира коментара на вече бившия генерален директор Константин Каменаров, че телевизията има нужда от ново предаване за разследваща журналистика. Коментарите под материала са противоречиви 50 % от потребителите смятат, че водещата и предаването с право са свалени от ефир, докато останалите 50% упрекват управляващите БНТ в политическо угодничество.

Скандалът продължава, за да се стигне през март до проверка на предаването от прокуратурата. На 6-ти март сайта на вестник „Сега“ публикува материал, озаглавен: „БНТ: Прокуратурата проверява предаване на Валя Ахчиева“, под който има 22 коментара от потребители. Като цяло потребителите изказват мнението си, че разследването на Ахчиева засяга интересите на фирма „Юнион Ивкони“, които според коментарите са близки до управляващите и упрекват ръководството на БНТ за свалянето на предаването.

Изследването отразява и реакциите на медиите спрямо скандалът с генералния директор по това време. Безспорно най-голямата криза в Българската национална телевизия е потвърждаването на присъдата за шофиране в нетрезво състояние на Генералния директор Константин Каменаров и последвалата му оставка, в резултат на което обществения оператор се управлява от временно изпълняващия длъжността Емил Кошлуков. Това е една криза, която по мое мнение беше напълно излишна и можеше да

бъде избегната от Съвета за електронни медии с неизбирането на осъдения Константин Каменаров за поста.

От самото начало изборът на Каменаров озадачи доста медийните експерти, тъй като Закона за радиото и телевизията изрично забранява генералният директор на Българската национална телевизия да е осъждано лице. В момента на кандидатстването си Каменаров има излязла присъда за шофиране в нетрезво състояние с 1,6 промила алкохол в кръвта, която обжалва към момента на провеждане на конкурса, така че присъдата още е не в сила. Следват заседания на съда, на които обвиняемият не присъства всеки път по уважителни причини, за да се стигне до едно от последните заседания, на които той не се явява в съдебна зала, но предоставя болничен лист. Дотук добре, но докато е в болничен новините на БНТ излъчват репортаж от Брюксел, в който болният се изказва по наболели теми. Следват още няколко заседания и присъдата е потвърдена, а Каменаров подава оставка.

Изводът от цялата описана ситуация и последвалия финансов дефицит е, че причината е лош избор от страна на СЕМ. Затова и емпиричното изследване в труда търси отговор на въпроса как да бъдат овладени кризите в БНТ.

Третата част на главата представлява именно емпиричното изследване, което включва три въпросника за отделни групи анкетирани и интервюирани.

### **Емперично изследване**

С цел да се установи максимално точно какви са обществените нагласи към Българската национална телевизия бяха разработени три въпросника. За първата част от проучването, която представлява качествено изследване, беше разработен въпросник с 10 въпроса. Представителните групи са достатъчно разнообразни, с тях допълнително са проведени разговори за изясняване на някои въпроси. Първата част от проучването беше проведена под формата на анкета сред студенти от департамент „Масови комуникации“ в Нов български Университет. Бяха проведени и интервюта с няколко целеви групи от различни професии – телевизионери, медийни експерти, студенти по журналистика, както и на хора, чиято връзка с телевизията е само гледането.

### **Анализ на резултатите**

Първата група, чиито резултати ще представя са студенти в трети курс на департамент „Медии и комуникация“ в Нов български университет. Анкетата беше раздадена преди провеждане на лекция.

Резултатите са следните:

1. 100% от студентите са запознати с факта, че част от данъците на всеки работещите български граждани отива в бюджета на БНТ;
2. 60% биха плащали, за да БНТ да продължи да съществува;
3. 100% смятат, че е необходимо бюджетът на БНТ да се определя вследствие на измерване на обществената потребност от обществената въпроса“ телевизия;
4. на въпроса „Колко лева бихте отделяли месечно за БНТ?“, 20% посочват, че не биха платили, 40% биха отделяли до два лева, а другите 40% заявяват желание да плащат 4-5 лева, за да няма реклами в обществената телевизия;
5. на въпроса „Смятате ли, че липсва адекватен межиджмънт в обществената телевизия?“ 20% от студентите отговарят „Не“, а останалите 80% смятат, че отговорът е „Да“;
6. на въпроса дали СЕМ избира генералните директори на обществената медия по обективни критерии 40% от студентите отговарят положително, а 60% с „Не“;
7. на въпроса дали смятат, че в БНТ има адекватно управление и добри практики 40% от запитаните отговарят с „Да“ и 60% с „Не“;
8. на въпроса дали смятат, че СЕМ трябва да изисква мениджърски опит при избора на генерален директор 100% отговарят положително;
9. относно причината за скандалите в БНТ 20% от студентите заявяват, че не е разбрал за никакви скандали, 60 % посочват липсата на адекватно управление, 20% смятат, че причината е ниското заплащане;
10. 100% от запитаните смятат, че е редно при допуснат скандал с името на БНТ, генерелният директор да бъде глобена, а при повтаряне на същия скандал да се удържат 50% от заплатите на членовете на СЕМ.

**Втората целева** група представлява служители на БНТ и други медии. Групата е от 18 души, служители в различни отдели. Проучването беше проведено под формата на интервюта. Ето и техните отговори:

1. 100% са запознати с факта, че част от данъците на всеки работещите български граждани отива в бюджета на БНТ;

2. 100% биха плащали, за да БНТ да продължи да съществува;

3. 15 от 18 души смятат, че е необходимо бюджетът на БНТ да се определя вследствие на измерване на обществената потребност от обществената телевизия, трима отговарят, че това не е необходимо;

4. на въпроса „Колко лева бихте отделяли месечно за БНТ?“ един от интервюираните посочва, че не би платил, 13 биха отделяли до два лева, четирима заявяват желание да плащат 4-5 лева, за да няма реклами в обществената телевизия;

5. на въпроса „Смятате ли, че липсва адекватен межиджмънт в обществената телевизия?“ двама отговарят „Не“, а 16 останалите отговарят „Да“;

6. на въпроса дали СЕМ избира генералните директори на обществената медия по обективни критерии четирима отговарят положително, а 14 с „Не“;

7. на въпроса дали смятат, че в БНТ има адекватно управление и добри практики седем от запитаните отговарят с „Да“ и 11 с „Не“;

8. на въпроса дали смятат, че СЕМ трябва да изисква мениджърски опит при избора на генерален директор 100% от попитаните отговарят положително;

9. относно причината за скандалите в БНТ 13 от души посочват липсата на адекватно управление, петима смятат ,че причината е ниското заплащане;

10. 9 от запитаните смятат, че е редно при допуснат скандал с името на БНТ, генералният директор да бъде глобен, а при повтаряне на същия скандал да се удържат 50% от заплатите на членовете на СЕМ, а 9 смятат, че не бива да се санкционират.

**Третата група** се състои от 12 души. Интервюирани са хора, които нямат общо с телевизионния бранш.

**Ето и техните отговори:**

1. четирима са запознати с факта, че част от данъците на всеки работещите български граждани отива в бюджета на БНТ, осем от запитаните не са наясно с този факт;

2. 7 биха плащали, за да БНТ да продължи да съществува, петима не биха го направили;

3. 11 смятат, че е необходимо бюджетът на БНТ да се определя вследствие на измерване на обществената потребност от обществената телевизия, един отговаря, че това не е необходимо;

4. на въпроса „Колко лева бихте отделяли месечно за БНТ?“ двама души посочват, че не биха платили, 10 биха отделяли до два лева, двама заявяват желание да плащат 4-5 лева, за да няма реклами в обществената телевизия, двама не могат да отговорят на въпроса;

5. на въпроса „Смятате ли, че липсва адекватен межиджмънт в обществената телевизия?“ двама отговарят „Не“, а останалите 10 отговарят „Да“;

6. на въпроса дали СЕМ избира генералните директори на обществената медия по обективни критерии един отговаря положително, а 11 с „Не“;

7. на въпроса дали смятат, че в БНТ има адекватно управление и добри практики 10 от запитаните отговарят с „Не“ и двама с „Да“;

8. на въпроса дали смятат, че СЕМ трябва да изисква мениджърски опит при избора на генерален директор 100% от участниците в проучване отговарят положително;

9. относно причината за скандалите в БНТ 6 посочват липсата на адекватно управление, петима не са разбрали за никакви скандали, а един посочва ниското заплащане на служителите;

10. 8 души смятат, че е редно при допуснат скандал с името на БНТ, генералният директор да бъде глобен, а при повтаряне на същия скандал да се удържат 50% от заплатите на членовете на СЕМ, а четирима смятат, че не бива да се санкционират.

**Резултати от анкетата, позиционирана в сайта [www.surveymonkey.com](http://www.surveymonkey.com), линкът към която беше позициониран във Facebook на 28.06.2019 г., резултатите са напълно анонимни. Участници в изследването: 132:**

1. 75% анкетираните са запознати с факта, че част от данъците на всеки работещите български граждани отива в бюджета на БНТ, двама не са наясно с този факт;

2. 50% от анкетираните биха плащали, за да БНТ да продължи да съществува, останалите 50% не биха го направили;

3. 75% от анкетираните смятат, че е необходимо бюджетът на БНТ да се определя вследствие на измерване на обществената потребност от обществената телевизия, двама отговарят, че това не е необходимо;

4. на въпроса „Колко лева бихте отделяли месечно за БНТ?“ 12,5% от анкетираните посочват, че не биха платили, 37,5% биха отделяли до два лева, 50% заявяват желание да плащат 4-5 лева;

5. на въпроса „Смятате ли, че липсва адекватен межиджмънт в обществената телевизия?“ 87,7% отговарят „Да“, а 12,5 % отговарят отрицателно;

6. на въпроса дали СЕМ избира генералните директори на обществената медия по обективни критерии 12,5% от анкетираните отговарят положително, а 87,5% отрицателно;

7. на въпроса дали смятат, че в БНТ има адекватно управление 25% отговарят „Да“, а 75% „Не“;

8. на въпроса дали смятат, че СЕМ трябва да изисква мениджърски опит при избора на генерален директор 87,5 отговарят положително, 12,5% смятат, че подобен опит не е необходим“;

9. относно причината за скандалите в БНТ 50% от анкетираните посочват липсата на адекватно управление, 25% от анкетираните не са разбрали за никакви скандали, а 25% смятат, че причината е в ниското заплащане на служителите;

10. 50% от анкетираните смятат, че е редно при допуснат скандал с името на БНТ, генералният директор да бъде глобен, а при повтаряне на същия скандал да се удържат 50% от заплатите на членовете на СЕМ, останалите 25% мислят, че наказанието трябва да е в зависимост от скандала, а останалите 25% вярват, че членовете на комнтролния орган не бива да се санкционират. Графичните резултати от анкетата се намират в „Приложение 2“.



## **Качествено изследване. Интервюта със служители на БНТ**

С цел установяване на готовността на Българската национална телевизия за справяне с кризисни ситуации беше разработен кратък въпросник за 12 служители от отдел „Сигурност“, „Маркетинг“ и „Новини“.

Въпросникът към анкетата представлява „Приложение 3“ към дисертационния труд

### **Резултатите са следните:**

На въпроса дали БНТ разполага с комуникационен план за действие при кризи от обществено значение 7 от 12 души заявяват, че доколкото им е известно подобен план няма, трима от запитаните се притесняват да отговорят, двама отговарят, че план съществува, но той е по-скоро формален.

Относно това дали служителите преминават обучение за действие при кризи от обществено значение 10 от анкетираните заявяват, че няма подобна практика, двама се притесняват да отговорят, а един казва, че обучението се прави при постъпване на работа.

Осем от анкетираните служители казват, че при опасност отделите разчитат на отдел „Пиар и маркетинг“ да информира обществото през социалните мрежи. Трима заявяват, че всички отдели ползат активно и самостоятелно социалните мрежи, а 15% се притесняват да отговорят.

На въпроса дали БНТ разполага с информационни стратегии за управление на критични ситуации 7 от служителите заявяват, че няма достатъчно ресурс за това. Според трима подобни разработки са в процес на планиране. Двама се притесняват да отговорят, а според един от анкетираните в момента се разработват подобни стратегии.

На въпроса дали Съвета за електронни медии трябва да изпълнява координационни функции при отразяването на кризи с обществено значение петима служители отговарят положително, трима смятат, че това не бива да влиза в задълженията на контролния орган, трима не могат да преценят, а двама се притесняват да отговорят.

Проучването показва, че освен, че очевидно няма единен план за действие при кризи, има лоша комуникация между отделите и липсва единна стратегия за действие в

критична ситуация. Не на последно място прави впечатление притеснението на служителите да отговорят на различни въпроси. В изследването бяха поканени да участват 42 души, от които откликнаха едва 12.

**Третата анкета**, която беше разработена представлява количествено изследване, което обхваща 105 души, заети в различни професионални сфери. Анкетата беше позиционирана в специализиран сайт за анкети на 5-ти декември 2020 г. В анкетата фигурират всички въпроси от първия въпросник, но са добавени и въпроси, свързани с това къде анкетираните търсят информация в кризисни ситуации.

- Изненадващо 60% от анкетираните не знаят, че плащат за съществуването на обществената телевизия.
- Малко повече от половината анкетираните заявяват, че биха искали да плащат за съществуването на обществения оператор.
- Повече от половината анкетираните са на мнение, че е необходимо периодично отчитане на обществената потребност от БНТ, 18% смятат, че това не е необходимо, а цели 24% нямат мнение по въпроса.
- Добрата новина е, че на въпроса колко лева месечно биха отделяли за финансирането на обществената телевизия цели 72% от анкетираните заявяват, че са готови да плащат по два лева месечно, 11% са съгласни да плащат между 4 и 5 лева, а 16% не биха плащали за това БНТ да продължи да съществува.
- 73% от анкетираните смятат, че липсва адекватен мениджмънт в обществената телевизия, 17 процента мислят, че мениджмънта е на ниво, а 10% не могат да преценят.
- Цели 85% от запитаните мислят, че СЕМ не избира генералните директори на националната телевизия по обективни критерии, едва 10% смятат, че изборът на директорите е правилен, 6% не могат да преценят.
- 58% от анкетираните мислят, че в БНТ липсва адекватна управленска система и добри практики.
- 10% от анкетираните нямат мнение по въпроса дали мениджърският опит трябва да бъде условие при избора на генерален директор на БНТ, цели 69% обаче са на мнение, че това е задължително. 17% смятат, че подобен опит по-скоро трябва да

бъде изискване, докато 3% по-скоро не мислят, че това е необходимо. Едва 1% от запитаните твърдо вярват, че мениджърският опит не е необходим за заемане на длъжността генерален директор на БНТ.

- Относно непрестанните скандали, свързани по един или друг начин с националната медия 66% от анкетираниите смятат, че причината е в липсата на адекватно управление, 11% обвиняват ниското заплащане на служителите, 8% не могат да преценят, а 15% не са разбрали за каквито и да е скандали, свързани с БНТ.
- 82% от взелите участие в анкетата вярват, че при повече от три публични скандали, в които е въввлечено името на БНТ, членовете на СЕМ, подкрепили кандидатурата му трябва да подадат оставка. 11% смятат, че това не е необходимо, а 7% са без мнение по въпроса.
- Относно предпочитаният източник на информация в ситуации на криза 80% от анкетираниите заявяват, че това е интернет, 15% разчитат на телевизиите, 3% на радиостанциите, а 2% заявяват, че се осведомяват от друг източник.
- На въпроса кой е основният източник на информация от началото на кризата с Ковид-19 най-много от анкетираниите, а именно 34% посочват сайтове, 27% разчитат за това на социалните медии, 13% вярват на bTV, 11% на Нова, 8% на БНТ, 4% на друга телевизия, а 3% черпят информация от радиостанциите.
- 65% от анкетираниите не смятат, че обществената телевизия се справя успешно с отразяването на кризата Ковид-19, 20% са доволни, а 15% не могат да преценят.

От резултатите и от трите анкети едно нещо се откроява, а именно това че повечето анкетирани са неудовлетворени от работата на Българската национална телевизия, но все пак биха искали да плащат месечна такса за нея. Това е добра новина и означава, че обществото таи надежда, че БНТ в крайна сметка ще заработи като истинска обществена медия. По отношение на въпросите, свързани с източниците за осведомяване в кризисна ситуация става ясно, че голямата част от хората търсят такава в интернет, независимо дали в сайтове и социални мрежи и това ясно показва необходимостта БНТ да засили драстично онлайн присъствието си.

Но също така проучването предизвиква и някои не по-малко важни въпроси.

### 1. Защо непрекъснато има скандали, свързани с БНТ?

Отговор, който цялостното проучване дава: Защото няма адекватна управленска система и практика.

### 2. Защо няма качествено управление?

Отговорът на този въпрос е: Защото СЕМ не налага изискване за мениджърски опит и изборът на директори през последните 15 години е достатъчно показателен;

### 3. Защо СЕМ няма такова изискване?

На този въпрос отговорът отново е въпрос и той е: „По какви критерии се избират членовете на СЕМ?“

### 4. Защо са избрани членове на СЕМ, които правят лош избор?

Единственият отговор, който намирам е: защото ги избират политици, които не усещат никакъв натиск и отговорност пред избирателите си и не се интересуват от БНТ. И един въпрос, който всички трябва да си зададем: Защо обществото не упражнява натиск и не изисква работеща обществена телевизия, която защитава правата и достойнството му?

Вследствие на тези изводи дисертацията продължава с предложения за добри практики, които могат да бъдат заимствани. BBC, която е смятана за еталон за обществена телевизия. Тъй като от изследването става ясно, че проблемите в БНТ се дължат до голяма степен на некачествен мениджмънт, е даден за пример борда на директорите на британската обществена телевизия и са посочени отговорностите им.

Представени са изводи и предложения за оздравяване на БНТ, предложени са ценности, които да залегнат в мисията на обществената телевизия.

Разработени са стъпки към „ремонтиране“ на БНТ и пътят и към превръщането и в истински обществен оператор:

1. Осъзнаване от страна на ръководството на обществената телевизия, че медията се издържа от данъкоплатците и те са отговорни пред тях.

Това е двустранен процес, който може би ще започне едва когато самият данъкоплатец поеме обществения си ангажимент. Когато обществото вместо да изразява недоволството си под формата на коментари в социалните мрежи и крехки протести под

БНТ осъзнае, че той – зрителя-данъкоплатец има правото да изисква от политиците, СЕМ и ръководството на БНТ адекватна обществена медия, тогава БНТ ще заработи като истински обществен оператор.

2. Необходимо е веднъж на 3 години (колкото е един мандат на генерален директор) да се измерва обществената потребност от услугите на БНТ и БНР и с този коефициент да се актуализира бюджета и.

Потребността и успешността следва да бъдат измервани с реални въпроси като например: „Колко бихте платили на месец за БНТ“, а не – „Харесвате ли водещите на новините?“.

Скандалите забавляват обществото. Но и изразходват парите на данъкоплатците, които не осъзнават, че в края на краищата техните собствени пари се харчат с лека ръка.

Критериите, по които БНТ трябва да се отчита са прости:

- количеството на аудиторията, измерена обективно;
- финансовите резултати в крайна сметка.
- на базата на своя личен опит бих добавила, че на първо място ефективността се изчислява най-добре през себестойността на всяка рейтинг точка. Това ще прекрати порочната практика в БНТ да се плащат десетки хиляди левове на епизод за предаване с рейтинг под 1%.

3. Необходимо е СЕМ да се реструктурира, защото към момента не защитава интересите на данъкоплатците и не представлява обществото.

При назначаването на членовете на Съвета за електронни медии трябва да бъдат прилагани строги изисквания. За всички членове трябва да бъдат доказани:

- тяхната квалификация;
- личните им качества;
- професионалните им способности и умения.

Изборът на част от членовете на СЕМ буди удивление сред представителите на

гилдията. Неправилно и неетично е хора без мениджърски опит и квалификация, без доказани личностни качества и без каквито и да е постижения в областта на медиите да бъдат членове на регулатора и да избират генералния директор на обществените медии. Изборът на Константин Каменаров и състоянието на БНТ в момента са достатъчен мотив да заявя, че членовете на СЕМ не са съвместими с позициите си.

4. От критична важност е БНТ да се ръководи от професионални мениджъри. Това са хора, различни от популярните телевизионни лица и добрата дикция не би следвало да бъде критерий за подбор. Добрият журналист не задължително е добър мениджър, напротив, практиката доказва точно обратното. Решението на този проблем е да бъдат поканени мениджъри от най-силната обществена телевизия, еталон за всички обществени телевизии – ВВС, които да разработят добри практики и да обучат мениджъри на местно ниво.
5. Дългите отчети до СЕМ, които се изпращат ежемесечно от БНТ съдържат в голямата си част вътрешна информация без стойност. Отчитане от типа колко пъти е излъчена дадена автореклама е напълно излишно. Общественият оператор трябва да се отчита по няколко ясни, но обективни критерия пред СЕМ и обществото, за да оправдае своята значимост и да покаже защо трябва да продължи да бъде издържана.
6. Ръководството на БНТ трябва да създаде наръчник за ценностите, по които служителите да се ръководят в ежедневната си работа.

### **Предложения относно аудио-визуалното съдържание на БНТ**

В последните години стана съвсем ясно, ерата на традиционните медии такива, каквито ги познавахме отмина и вече потребителите са тези, които определят характера на информацията, която искат да получават. В тази връзка обществената медия трябва да изясни и популяризира обществената си мисия и да въввлече зрителите/потребителите в създаването на съдържание. Необходимо е създаване на уникално интернет съдържание за младата аудитория.

### **Предложения за подобряване на реакционната политика на БНТ в кризисни ситуации**

- Образование, обучение и тренинг по управление на комуникациите при кризи,

рискове и проблеми (в момента по света съществуват десетки магистърски програми в тази сфера). Националната телевизия може да отдели бюджет за обучение на специализиран персонал в тази сфера.

- Подготовка на екипи, свързани в мрежа, с професионални знания и умения. Вече обучените екипи могат да бъдат командирани в чуждестранни медии с традиции в отразяването и управленето на кризи.
- Изграждане на интегрирани интерактивни, информационни системи, свързващи важни критични токи от регионалната инфраструктура. БНТ може да използва регионалните центрове за тази цел.
- Създаване на модерни медийни платформи/интерактивни и виртуални за обмен на информация, данни и знания/, от типа на wikis, twitter, podcasting, blogs, RSS, StumbleUpon, Digg, YouTube, Tumblr ,Semantic portals. Като цяло е важно да се засили присъствието на БНТ в интернет с модерни платформи, които не само да информират обществото в кризисни ситуации, но и да предлагат полезна информация за развитието на кризата и да подпомагат сигурността на гражданите.

Изискванията са в посока въвеждане на интегрирани уеб платформи, които насърчават:

- споделяне на информация;
- интегриране на видео и текст;
- програми за обмен на идеи;
- разполагане с налични, мобилни безплатни ресурси;
- обмен на информация;
- съобразяване с предпочитанията на аудиторията, да се използват най-достъпните и най-познати форми на социални медии;
- изграждане на адекватна уеб-структура и домейни свързани нея;
- предварителна тренировка на екипите по използване на новите технологии,

усъвършенстване на комуникативната им компетентност.

При продължителни кризи като кризата Ковид-19, в която се намираме от почти година, обществената телевизия има задължения спрямо обществото на дневна база. Смятам, че в програмата и онлайн трябва да бъдат направени следните промени:

- Създаване на телевизионно и онлайн съдържание със съвети за здраве и благополучие, поддържане на форма и съвети за здравословно хранене.
- В сутрешния блок да бъде включена ежедневна интерактивна рубрика, в която да се коментират със здравни специалисти и психолози притесненията на зрителите, които са в изолация, предлагайки съвети как да запазят здравето и спокойствието си у дома.
- На началната си страница БНТ да бъде изведена информация с най-важната са обществото информация във връзка с кризата, за да се създаде рефлекс в аудиторията да потърси необходимите сведения първо там.
- По пример на BBC Food създаване на кулинарно онлайн предаване с рецепти и съвети за възрастни хора и за семейства с ниски доходи.
- Ежедневно образователно онлайн съдържание с допълнителна програма за самообучение, която учениците да следват.

## 5. Заключение

### Изводи от изследването

Проучването за написването на този дисертационен труд започна през есента на 2017 г. Оттогава досега БНТ смени трима генерални директори и два управителни съвета. Резултатът е, че нещата не само не са се подобрили, а напротив, БНТ отново е в дефицит. Дефицитът в обществената медия не единствено от финансово естество. Има дефицит на доверие от една страна от обществото към медиите, от друга – от служителите към управлението, има дефицит на интересни за младото поколение програми, съответно и дефицит на рекламодатели.

Не се наблюдават сериозни усилия от страна на БНТ да бъдат създадени привлекателни за големи спонсори и рекламодатели тарифи и програми, които да



привлекат постъпване на финансови средства. Рейтингът на БНТ е по-нисък в сравнение с този на БиТиВи и Нова, но не и рекламната тарифа на медията. Важно за обществото е да бъде взето решение веднъж завинаги как ще се финансира БНТ – дали с обществени средства и как да бъдат набирани те или чрез т.нар. „смесено финансиране“, където част от средствата са обществени, а другата част - рекламни приходи.

БНТ трябва да се обърне към обществото и да вникне в потребностите му, за да бъде нейната роля в обществения живот активна и адекватна, съответно той – зрителят-данъкоплатец да има желанието да плати за привилегията да гледа обществена телевизия. Защото както личи от самото название „обществена“, телевизията и служителите и следва да бъдат в полза на обществото, а не обратното.

Но отново, няма как да има положителна промяна без промяна в начина на финансиране и изясняване на ценностите, важни за обществото, които обществената телевизия трябва да представлява.

Промени в Закона за радиото и телевизията често се дискутират, както в медиите, така и на научни конференции на гилдията, но държавното финансиране все още е факт. Факт, който пречи на българското общество да приеме БНТ по начина, по който например британците приемат BBC. Факт, който изпълва със съмнение зрителя дали поднесената информация е честна и адекватна или напротив – изнесена в служба на политически или корпоративни интереси. Това не е голословно твърдение, а резултат от направените проучвания, ежедневния преглед в медиите на всичко, свързано с БНТ, частни разговори с медийни експерти и дългогодишни служители на обществената телевизия.

Освен липсата на доверие и ценности основен проблем, който засяга този труд е липсата, на каквато и да е готовност от страна на екипите на БНТ да се справят с управление на внезапна криза и съмнителната им способност да отразяват адекватно настоящите хронични кризи. От интервютата със служители на БНТ във връзка с подготовката им за отразяване и управление на кризи ясно личи, че персоналят не е бива подготвен за подобна ситуация, а при възникване на криза се действа хаотично и БНТ предлага единствено новинарско отразяване.

**Основни препоръки към управлението на Българската национална телевизия:**

Първите очевидни препоръки са промени в ЗРТ, свързани с финансирането на обществените медии и съответно превръщането му от държавно в обществено и спешното създаване на наръчник с обществените ценности на БНТ.

По-нататък препоръките са относно избора на генерален директор и условията, на които трябва да отговаря. А именно – човек с дългогодишен мениджърски опит и не задължително телевизионер. Това неизменно води и до препоръка за избора на членовете на Съвета за електронни медии.

С членовете на контролния орган следва да не се правят никакви компромиси. Всеки един от тях трябва да отговаря на редица условия като – медиен и мениджърски опит, чисто досие, липса на партийни и корпоративни пристрастия.

С изясняването на начина на финансиране ще изкристализират и стратегическите промени, които трябва да бъдат направени в програмно и маркетингово отношение и ще бъдат установени приоритетите на медията.

Без да бъде завършен този етап няма как да се продължи нататък с позитивните промени.

На следващ етап е възможно и необходимо създаването на звено за управление на кризите, както и на онлайн платформи за целта. Обучение на екипи за отдела, които да бъдат подготвени да реагират при нужда.

По отношение на ролята на обществената телевизия в ситуации на криза, ако БНТ иска да поеме тази си обществена роля, със сигурност трябва да инвестира в развитие на онлайн платформи и присъствието си в социалните мрежи. Анкета 3, както и анализът на различни сайтове и Facebook ясно показват, че в подобни ситуации информация се търси най-често онлайн.

Във връзка с „новата реалност“, породена от кризата Ковид-19, онлайн присъствието и създаването на различни образователни формати и такива за здравословен начин на живот също биха били приветствани от широката публика.

Смятам, че препоръките, които дава настоящият труд биха помогнали в процеса на превръщане на БНТ от „полудържавна“ (все още много хора я наричат „държавната телевизия“) в обществена. Препоръките, които са дадени, са базата на проследяване и анализиране на доказано успешни управленски стратегии на водещи медии.

Единственият въпрос е кой? Кой ще има силата, волята и не на последно място подкрепата да направи истинските промени?

Като възможно добро решение е разгледана възможността да бъдат поканени експерти от водещи европейски обществени телевизии (плюс експерти от BBC), които да консултират процеса.

Добрата новина от всички извършени проучвания за настоящия дисертационен труд, е че обществото все още вижда смисъл в съществуването на Българската национална телевизия. И във времена като тези, в които живеем, а именно с жесток дефицит на доверие в медиите и институциите, БНТ има уникалния шанс да се превърне в медиатор, а защо не в обединител между институциите и обществото, а и вътре в самото общество.

Необходими са конкретни стъпки и обединяване на силите в екип, който има желанието, силата, търпението и способностите да изпълни процеса от началото до самия му край.

## **6. Научни приноси**

В дисертационния труд са идентифицирани основните характеристики, специфики и потенциала за развитие на Българската национална телевизия. Изведени са специфики на обществените медии във Великобритания, страни, членки на ЕС и трети страни.

В труда коректно се цитират разработки на български и чужди автори и групи специалисти, свързани с обществените медии и кризисните комуникации.

Приносни моменти:

### **1. Научно-приложни приноси:**

- Приложен е разработен анализ на дигиталните услуги, предлагани от страни, членки на ЕС и Великобритания.
- Направен е анализ на проблемите БНТ да бъде възприемана като обществена медия – а именно липсата на обществено финансиране и липсата на мисия и ценности, важни за обществото.
- Анализирани са ролята на обществената телевизия в ситуации на криза.

- Направен е анализ на вътрешните проблеми в БНТ.

## 2. Практически приноси моменти:

- Направени са предложения за промени в Закона за радиото и телевизията в частта, свързана с финансирането.
- Предложени са промени в критериите за избор на генерален директор.
- Предложено е изясняване на ценностите, свързани с обществената мисия на БНТ, които биха били важни за обществото.
- Предложени са промени в съдържанието, излъчвано от обществената телевизия.

## 7. Публикации, свързани с дисертационното изследване:

- Чолакова, М., Краудсорсингът в подкрепа на обществената функция на БНТ. сп. Следва [онлайн]. Достъпно на: <https://cutt.ly/5IHJbvU>
- Чолакова, М., Обществените телевизии и тяхната мисия в служба на публичния интерес. сп., Език и публичност (под печат)
- Чолакова, М., Новите функции на обществените медии. Годишник на департамент „Медии и комуникация“ [онлайн]. Достъпен на: <file:///C:/Users/ivan/Downloads/414-Article%20Text-1229-1-10-20201028.pdf>
- Чолакова, М., Кризите в обществените медии. Подходи и решения. Годишник на департамент „Медии и комуникация“ 2020 на Нов български университет (под печат)
- Чолакова, М., Враждебна реч и език на омразата. Сборник от лятна школа по ПР 2019 г. (под печат)