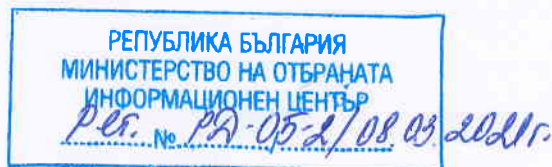


МИНИСТЕРСТВО НА ОТБРАНАТА
ИНФОРМАЦИОНЕН ЦЕНТЪР НА
МИНИСТЕРСТВОТО НА ОТБРАНАТА

1000, гр.София, ул. „Г. С. Раковски“ № 106, тел.: 02/ 953 12 07



ДО
МИНИСТЪРА НА ОТБРАНАТА
НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ
Г-Н КРАСИМИР КАРАКАЧАНОВ

ГОДИШЕН ДОКЛАД
за състоянието на Информационния център на Министерството на
отбраната за 2020 г.

УВАЖАЕМИ ГОСПОДИН МИНИСТЪР,

В изпълнение на чл.6, т.17 от Устройствения правилник на ИЦ на МО представяме на Вашето внимание годишен доклад за състоянието на Информационния център на Министерството на отбраната за 2020 г.

1. Мисия, функции, задачи

Информационният център на Министерството на отбраната е самостоятелно юридическо лице, второстепенен разпоредител с кредит към министъра на отбраната, създаден по чл. 60 от Закона за администрацията. Основната задача на Центъра е осъществяване на

информационната политика на МО с възможностите на военните печатни, аудиовизуални и електронни средства за масова комуникация.

Целева група на нашите медии са всички военнослужещи от строя и резерва, цивилните служители от сферата на отбраната и националната сигурност, членовете на техните семейства, както и всички, които имат интерес към проблемите на армията, правоохранителната система, патриотичната и историческата тема.

Най-сериозното предизвикателство при изпълнението на мисията на ИЦ на МО е ситуирането ни в силно конкурентния медийен пазар на страната. Към настоящия момент в България се разпространяват над 150 телевизионни програми чрез ефир, кабел, сателит и интернет. Десетки са и печатните издания, а броят на информационните сайтове е несравнимо по-голям. Зрителите и читателите имат възможност да избират между множество политематични и специализирани програми/издания, произведени от местни и чуждестранни доставчици на линейни и нелинейни медийни услуги. Очевидно в тези условия борбата за зрителското внимание е крайно ожесточена. В нея се инвестират огромни финансови ресурси. Използват се всякакви средства за достигане на висок рейтинг. Купуват се чужди и родни телевизионни и журналистички формати, води се битка за приоритетен достъп до всяко събитие, което съдържа потенциал за по-големи приходи. В тази медийна среда ИЦ на МО със своите медии – вестник „Българска армия“, „Военен Телевизионен Канал (ВТК)“ и информационният сайт „Armymedia.bg“, въпреки неконкурентното си финансиране, кадрово и техническо обезпечаване, успява да се утвърди като кросмедия и да намери своето достойно място в медийния пазар. (Кросмедия е относително ново понятие в медийния бизнес. Определя се като стратегически планирано съчетаване на съдържание, формати и информационни канали)

Изминалата 2020 г. е най-успешната от обособяването на ИЦ на МО като самостоятелна структура. През отчетния период за първи път възложихме на авторитетната агенция за социални, политически и маркетингови проучвания „Сова Харис“ изследване на аудиторията на ВТК и информационния сайт www.armymedia.bg. Изследването е проведено през месец юни-юли 2020 година по метода на телефонно интервю сред 1000 души.

Резултатите показаха, че 2,5% от пълнолетните българи са декларирали, че гледат редовно ВТК . Тези данни показват, че ВТК е устойчиво позициониран сред останалите телевизионни програми и неговото развитие зависи от оптимизиране на продукцията му.

Относно посещаемостта на информационния сайт www.armymedia.bg. данните от проучването сочат, че 6 % от отзовалите се да попълнят въпросника български граждани от аудиторията и потенциалната аудитория (по-долу за краткост „отзовалите се“ или „отзовалите се да попълнят въпросника“) следят информационния сайт www.armymedia.bg всеки ден. 20% от отзовалите се го следят по-рядко, като 3 % го следят 2-3 пъти в седмицата, също толкова – 4-5 пъти в седмицата, 6 % го следят всяка седмица, а 8% - по-рядко. С оглед на това, че в информационното пространство съществуват огромен брой сайтове както с подобна, така и с различна тематика, при постоянна аудитория от 6 % и 20 % по-рядко посещаващи сайта www.armymedia.bg (сумарно 26 % от отзовалите се пълнолетни български граждани следят сайта редовно или по-рядко), можем да заключим, че той се радва на добър интерес. Цялото изследване може да намерите на www.armymedia.bg.

В подкрепа на тези изводи говори и безпристрастната статистика, изведена от социалните мрежи. Преди навлизането на дигиталните технологии основен метод за измерване гледаемостта (рейтинг) на

електронните медии беше така наречената пийпълметрия. Този метод е доста скъп, а и не гарантира 100% точно и безпристрастно отчитане на резултатите. Състои се в поставянето на електронни устройства в определени по специална методика домакинства и се очаква членовете им дисциплинирано и безпристрастно да отчитат смяната на канали при ежедневното гледане на телевизия. С навлизането на цифровите технологии бяха създадени евтини и най-важното напълно точни и достоверни програми за отчитане на зрителския интерес. През изминалата година собствената печатна и аудиовизуална продукция на военните медии, разпространявана в интернет пространството, отчете следните резултати:

	2017	2018	2019	2020
<u>You tube</u>				
-преглеждания на видеоматериали	1 000 000	1 300 000	1 446 254	2 400 000
-нови абонати	1600	3100	3343	6600
<u>Facebook</u>				
-харесвания на страницата	4100	5520	6643	7702
- средно посещение на публикация	4700	5600	6101	13 500
<u>Armymedia.bg</u>				
-посетители	150 000	450 000	726 909	909 955
-прегледани материали	570 334	1 449 853	5811800	6 503 720

От създаването на собствен канал на ИЦ на МО в Youtube имаме 14 643 абоната и над 14 300 000 преглеждания на материали. Чрез

интернет базираните платформи достигаме до младата и модерна част от аудиторията. До останалата част от нашата целева група информацията достига по класическите способи – хартиен носител за вестник „Българска армия“ и над 60 регионални кабелни оператора, които разпространяват програмата на ВТК по свое собствено желание.

Десетократното увеличение на аудиторията само за четири години е в резултат на:

- **Промяната на съдържанието на военните медии след като министърът на отбраната одобри концепцията за програмно развитие на ВТК и вестник „Българска Армия“. Акцентът през годината беше военно-патриотичното възпитание и историческата тема;**
- **Спазване на принципа на аполитичност и равна отдалеченост от партийни и идеологически зависимости, като така успяваме да достигнем до нови групи и слоеве от населението;**
- **Привличане на утвърдени автори и коментатори извън щатния състав на ИЦ на МО като журналиста Костадин Филипов, оръжейника доц. Георги Маринов, проф. Илия Петров, историка Димитър Димитров, журналиста Николай Големанов и др.**
- **Съчетаване на предимствата и възможностите на класическите медии и съвременните технологии за привличане вниманието на младите хора в България, които са потенциален резерв за попълване на Българската армия.**

2. Структура

Информационният център на Министерството на отбраната е организиран в ръководство и три отдела. През отчетния период общата

численост на служителите в Центъра е 58 /петдесет и осем/ щатни бройки по основен щат, разпределени както следва:

- **Ръководство – 4 /четири/ щатни бройки**, където освен длъжностите за директор, заместник-директор по административната част и заместник-директор по художествено-творческата част е ситуирана и 1 /една/ щатна бройка за главен юрисконсулт, който освен дейностите по правното обслужване изпълнява и функциите на финансов контролор;

- **Отдел „Административно обслужване, човешки ресурси, финансово-счетоводна дейност и мониторинг” – численост 7 щатни бройки**. Отделът изпълнява функциите на обща администрация и всички дейности, свързани с административното и финансовото обслужване, управлението на човешките ресурси, процедурите по реда на ЗОП, ЗБУТ и осъществяването на ежедневен мониторинг.

- **Отдел „Военен телевизионен канал” с обща численост 35 щатни бройки**. ВТК продуцира и предоставя за разпространение 24-часова програма, от която не по-малко от 50 на сто е собствена телевизионна продукция, свързана с националната сигурност и отбрана, дейността на въоръжените сили и държавните институции, както и дейностите по съхраняване, обработване и дигитализиране на филмовия архив на МО и БА.

- **Отдел „Вестник „Българска армия” с обща численост 12 щатни бройки** организира списването и издаването на вестник „Българска армия“ - 1 път в седмицата, като във всеки брой не по-малко от 50 на сто от журналистическите материали са свързани с националната сигурност и отбрана, дейността на въоръжените сили и държавните институции.

За 2020 година за „Информационен център на МО” са определени 22 /двадесет и две/ длъжности по допълнително разписание на

длъжностите.

3. Човешки ресурси – по щат, по списък

Съгласно утвърдената структура на Центъра към 31.12.2020 г. са заети 57 /петдесет и седем/ длъжности по основен щат и 21 /двадесет и една/ по допълнително разписание на длъжностите. Предвид естеството на работа в Центъра образователният ценз на наетия персонал е значително висок, като съотношението на служителите с висше образование спрямо служителите със средно образование е: 97 на сто с висше образование и 3 на сто – със средно образование.

Съгласно утвърденото щатно разписание на длъжностите на Информационния център на МО - 41 /четиридесет и една/ щатни бройки са определени за заемане по служебно правоотношение и 17 /седемнадесет/ щатни бройки са определени за заемане по трудово правоотношение по чл. 107а от Кодекса на труда.

4. Финансово състояние

Информационният център на МО е обособен като самостоятелна структура – разпоредител с бюджет от втора степен, считано от 01.02.2014 г. Определеният бюджет на Информационния център на МО за 2020 г. е в размер на **2 925 470** /два милиона деветстотин двадесет и пет хиляди четиристотин и седемдесет/ лева.

СОБСТВЕНИ ПРИХОДИ	ЗАКОН 2020	ОТЧЕТ 2020	% ИЗПЪЛНЕНИЕ
	80 000	56787	70,98 %

РАЗХОДИ	УТОЧНЕН ПЛАН 2020	ОТЧЕТ КЪМ 31.12.2020	% ИЗПЪЛНЕНИЕ
ВСИЧКО	2925470	2925463	100
РАЗХОДИ ЗА ЛИЧЕН СЪСТАВ	1973442	1973437	100
ТЕКУЩА ИЗДРЪЖКА	902469	902468	100
КАПИТАЛОВИ РАЗХОДИ	49559	49558	100

През изминалата година поради въвеждането на извънредно положение от 13.03.2020 г. и последващата му промяна в извънредна епидемиологична обстановка основният наемател на помещение – фирма „МОНО КЛУБ“ ООД, преустанови дейността си за сумарно 5 (пет) месеца. В резултат на това планът за приходи от наем не беше изпълнен, а изпълнението като цяло на плана за собствени приходи е в размер на **70,98%**.

5. Военен киноархив

Една от основните функции на ИЦ на МО е поддържането и дигитализирането на военният филмов архив. Дигитализирането е бавен процес, затруднен от липсата на съвременна техника и технология за предварителна обработка, преглед, преценка на техническото и художествено-историческото състояние на архива. До момента този сложен от техническа и организационна гледна точка процес се осъществява от един служител, назначен по ДРД. За решаване на тези проблеми министърът на отбраната със своя заповед № Р – 204/2018 г. създаде работна група със задача изработване на план за действие за подготовка на експертна оценка на намиращите се в ИЦ на МО аудиовизуални произведения .

През 2020 г. в изпълнение на заповед № 469/ 12.05.2020г. комисия, съставена от членове от ИА „ВК и ВПД“ и ИЦ на МО, декласифицира част от филмовите ленти, представляващи национална и чуждестранна класифицирана информация. В резултат на това към 31.12.2020 г. изпълнението е както следва:

1. От водещите се на отчет през 2014 г. в регистратурата за класифицирана информация на ИА „ВК и ВПД“ 111 (сто и единадесет) филми/заглавия, заведени със 163 (сто шестдесет и три) инвентарни

номера, които представляват национална и чуждестранна класифицирана информация, остават към момента налични 78 (седемдесет и осем) филма със 106 (сто и шест) инвентарни номера. Те представляват чуждестранна класифицирана информация (Руска федерация, Р.Полша , Р.Унгария). Разликата между броя филми и броя инвентарни номера е, защото някои от филмите имат по няколко копия, които са заведени на отчет с отделни инвентарни номера.

За периода 2018-2020 г. са декласифицирани общо 44 (четиридесет и четири) филма с 57 (петдесет и седем) инвентарни номера.

Причината филмите на Руската федерация (бивш СССР) (102 броя) все още да не бъдат декласифицирани е, защото съгласно ЗЗКИ и сключено междудържавно споразумение с Държавна агенция „Национална сигурност“ към настоящия момент агенцията не е получила писмено разрешение за декласифициране на тези филми. За 4 (четири) броя филми от Р. Полша и Р. Унгария в момента тече процедура за декласифициране.

2. С мои заповеди № РД-02-128/28.11.2019 и № РД-02-113/27.11.2020 г. бяха извършени инвентаризации на заведените на счетоводен отчет аудио-визуални произведения и бе установено:

- заведените на счетоводен отчет филми са налични;
- към момента са отделени /сортирани/ 500 (петстотин) броя кутии с филмови ленти, съдържащи носители, върху които ИЦ на МО няма никакви авторски и/или продуцентски права.

3. За извършването на юридическа, художествено-историческа и техническа експертиза срокът на изпълнение е месец май 2021 г.

4. Въпреки положените усилия не са открити фирми правоприменици на доставчиците на филмите, които са излъчвани в поделенията на БА до 1997 г.

5. През отчетния период 2018-2020 във филмовите бази, стопанисвани от ИЦ на МО, с цел опазване и съхранение на филмовия архив на МО бяха извършени следните дейности:

- изградена е съвременна мълниезащита на филмови бази № 1, 2, 3;

- подменена е пожароизвестителна система на филмови бази № 1, 2, 3;

- извършен е аварийен ремонт на електрическа инсталация на филмови бази № 1, 2, 3;

- извършен е аварийен ремонт на външна северна стена на филмова база № 1;

- изградена е пожарогасителна система в две помещения филмова база № 2;

- изградени са пожарогасителни стени и тавани със сертифицирани огнеустойчиви материали в две помещения на филмова база № 2, от които в едното се съхраняват класифицираните, а в другото декласифицираните филми.

За продължаване на процеса по изпълнение на Плана за действие и подобряване на условията за съхранение и опазване на филмовия архив на МО предлагам:

1. Да продължи декласификацията на филмовия архив на МО като до 31.03.2021 г. съгласно писмо с Изх.Рег. 10707/20.08.2020 г. на ИА „ВК и ВПД“ се декласифицират 4 (четири) броя филми, представляващи чуждестранна класифицирана информация, а останалите 98 (деветдесет и осем) филма да се декласифицират след получаване на разрешението от Руската федерация.

Срок: 31.12.2021 г.

2. Да се създадат комисии за извършване на юридическа, техническа и художествено-историческа експертиза на филмовия архив.

Срок : 30.04.2021 г.

3. Започнала е процедура по освобождаване на филмовите бази от аудио-визуалните произведения, за които ИЦ на МО няма продуцентски и/или авторски права;

Срок: 30.12.2021 г.

4. Да се освободят филмовите бази № 1,2,3 от негодни, ненужни и незаведени на отчет отпадъци, остатъци от ремонти и др.подобни;

Срок : 26.03.2021 г.

5. Да се продължи текущият ремонт на филмовите бази, като необходимите средства се заложат в бюджета на ИЦ на МО за 2021 г.

Срок : 26.02.2021 г.

6. Във филмови бази №1, 2, 3 се намират около 4 000 часа документални филми, репортажи, хроники и други видеоматериали, съдържащи безценни кадри от подготовката и живота на офицерите, сержантите и бойците от Българската армия от средата на миналия век до наше време. За да се съхрани това документално богатство за идните поколения е необходимо час по-скоро филмовите ленти, видеокасети, DVD дискове и други носители след преценка на историческата и познавателната значимост на видеосъдържанието да се дигитализират. ИЦ на МО не разполага с необходимия технически, кадрови и финансов капацитет за решаване на тази задача. Получихме предложение от „Доли Медиа Студио“ ЕООД в двегодишен период да цифровизира филмовия архив на МО при средна цена от около 2000 лв. на час. (При евентуално решение за пристъпване към цифровизиране на филмовия архив ще бъдат спазени стриктно изискванията на Закона за обществените поръчки.) В бюджета на ИЦ на МО за 2021 г. няма предвидени финансови средства за тази дейност.

От дирекция „Планиране, програмиране и бюджет“ на МО получихме писмо с Рег № 22-32-4 от 03.02.2021 г., в което ни отказват средства за тази дейност.

6. Мониторинг

В отдел „Обща администрация, мониторинг и филмов архив“ са предвидени 4 бройки (3 по ДРД и 1 щатна) за осъществяване на ежедневен мониторинг на медиите публикации, свързани с проблемите на отбраната и националната сигурност. Ежедневно в работни дни от 6.00ч. до 16.30ч. се подготвят следните бюлетини:

- Първи бюлетин - преглед на печата : армия, НАТО, Близък Изток и всички теми, свързани с военната тема и националната сигурност;
- Втори бюлетин – общество, вътрешна и външна политика;
- Трети бюлетин – публикации в електронни медии, посветени на темите: общество, политика и национална сигурност;
- Четвърти бюлетин - публикации в електронни медии, посветени на темите: общество, политика и национална сигурност

7. Оценка на състоянието

За пресмятане на ефективността от извършените разходи за медийно покритие се използва показателят „цена за достигане на хиляда потребители/читатели/ зрители“ - CPT (cost per thousand) цена за достигане до хиляда потребители (читатели/зрители). Този показател за ИЦ на МО за 2020 г. е 880 лв. **Видно е, че инвестицията на Министерството на отбраната за медийно покритие от приблизително 0,88 лв. за един зрител/читател е в пъти по-евтина в сравнение с платените услуги на телевизии, вестници и сайтове извън тези на ИЦ на МО.**

При изчисляване на горепосочения показател е взет предвид brutния разход за 2020 г. на ИЦ на МО, който е 2 925470 лв. и само

реално отчетените потребители в Youtube и информационния сайт Armymedia.bg, а не всички зрители и читатели на военните медии.

8. Вестник „Българска армия“ през 2020 г.

През 2020 г. вестник „Българска армия“ продължи успешно да излиза с обичайната си седмична периодичност, въпреки пандемията и свързаните с нея ограничения от различен характер. Редакционният екип се постара и успя да предлага на читателите качествени журналистически материали, които пълно и всеобхватно отразяваха дейността на Българската армия и Въоръжените сили.

Дори нещо повече – в условията на пандемичните ограничения и отмяната на публични събития с присъствието на много хора – конференции, съвещания, чествания и т. н., в голяма част от годината именно в „Българска армия“ и Военният телевизионен канал бяха трибуната, от която посланията на ръководството на МО, висшия команден състав на армията, командирите от видовете Въоръжени сили, както и на военнослужещите от строя, достигаха до читателите и зрителите в страната.

Заради пандемията и ограниченията, свързани с нея, в периодите на най-строгите и ограничителни противоепидемични мерки вестникът излизаше в намален обем от 24 страници, като след смекчаване на мерките, включително и сега, възстановяваше пълния си обем от 32 страници. Всички планирани 52 броя от седмичника излязоха навреме, без проблеми от творчески и производствен характер. Болни от коронавирус или карантинирани в редакцията нямаше през цялата година.

През първите два месеца на 2020 г. редакцията работеше с обичайното си темпо. Когато започна пандемията и беше въведено

извънредното положение, редакционният състав, изпълнявайки заповедите на министъра на отбраната, премина на принципи на работа, съобразени с новата обстановка. Част от екипа работеше дистанционно от вкъщи, като беше непрекъснато на разположение за изпълнение на различни творчески задачи - осигуряване на материали, взимане на интервюта по телефона, комуникация с външни автори и пресцентрове, и т. н. При разхлабване на мерките се връщаме към обичайния присъствен начин на работа и стандартния обем на вестника от 32 страници. Екипът без проблеми, буквално от днес за утре, превключваше от единия на другия начин на работа (присъствено или дистанционно) и ефективно изпълняваше функционалните си задължения.

Още от началото на извънредното положение въведохме нови рубрики като „Пандемията“, „Заразата“ и други, в които редовно публикувахме материали за здравната криза, обхванала света и борбата срещу коронавируса. Във всеки брой имахме интервюта или други материали, с които отразявахме дейността на медиците от ВМА, Националния оперативен щаб и цялата здравна система у нас. Представяхме българския и чуждия опит в борбата срещу коронавируса и разработката на лекарства и ваксини. Темата за пандемията неизбежно присъстваше и в материалите за войските. В интервютата с ръководни представители на Министерството на отбраната и Щаба на отбраната, както и с армейски командири от всякакъв ранг, задължително част от въпросите бяха посветени на противоепидемичните мерки, които се вземат във войската като цяло и конкретно във военните формирования.

Основна тема за вестника през годината продължи да бъде животът на Българската армия и Въоръжените сили. В обичайните рубрики като „Репортаж“, „Интервю“, „Мисии“, „Полигон“, „Войската“, „Модернизация“, „Лица“ журналистическият екип представяше дейността на военнослужещите по повишаване на отбранителните

способности на страната. Колегите от вестника бяха на полигоните и учебните полета, по плацовете на формированията и в залите с тренажорите, за да отразяват ученията, подготовките и занятията на войските.

Темата за бойната подготовка, въпреки пандемичните ограничения, както и за развитието на модернизационните проекти в армията продължиха да са доминиращи за в. „Българска армия“. Подобавашо на страниците на вестника бяха отразени събитията от второто издание на кампанията „Бъди войник“, които заради пандемията бяха ограничени до кратък период от време.

Продължи и обстойното представяне на събитията от България, Балканите, Европа и света чрез представяне на мненията на утвърдени анализатори чрез рубрики като „Анализ“, „Балкани“ и други. Наред с традиционната рубрика „Оръжия“ започнахме активно да поддържаме и рубриката „Военни технологии“, в която запознаваме читателите с върхови световни постижения в областта на отбранителната наука и индустрия.

Продължихме да поддържаме и новинарските си рубрики „Новини“, „Държавност“, „Седмицата“, с които се стремим да повишим информираността на аудиторията по актуални теми от вътрешния живот на страната.

Дадохме място за публикации на външни автори по исторически теми, съсредоточени в рубрики като „История“, „Бойно поле“, в които представихме малкоизвестни факти, както за връщането на Южна Добруджа към територията на България през 1940 г., така и за различни битки от древността и Средновековието.

Международната тематика беше съсредоточена в рубрики като „Горещи точки“ и „Свят“. А в рубриците „Култура“, „Лов и риболов“,

„На път“, „Спорт“, „Свободно“ предлагаме интересни, оригинални и любопитни четива, насочени към свободното време на читателите.

Така с усилията на целия редакционен екип в „Българска армия“ продължи успешно да изпълнява отговорните си функции на медийна връзка между армията и обществото, стожер на истинската, проверена, обективна и аналитична информация. Свидетелство за повишаващото се читателско доревие към вестника е и регистрираното увеличение, макар и неголямо, на тиража на вестника в началото на 2021 г.

9. Военен телевизионен канал през 2020 г.

Годината премина под знака на пандемията от КОВИД-19. В тази епидемия Военният телевизионен канал и вестник „Българска армия“ показаха водещата роля както на ВМА, така и на военнослужещите от Българската армия за преодоляване на последиците от пандемията. Показахме готовност на Българската армия при разкриване на полеви болници в София, Варна, Шумен, Пловдив и Русе. Специални репортажи опровергаха медийни спекулации, че в армията не се спазват противоепидемичните мерки. Двете медии отразиха мерките, които са взети във видовете Въръжени сили. А филмите, които ВТК подготви за дейността на авиобаза „Враждебна“ и най-голямата бригада в Карлово получиха и награди от командирите на съответните формирования. В репортажи на телевизията многократно беше подчертавана ролята на ВМА, показвани бяха интервюта с военните лекари, които са на първа линия в битката с КОВИД-19.

В условията на пандемия през 2020 година премина и Денят на храбростта и празник на Българската армия – 6 май. Денят бе отбелязван на няколко места в страната, а военният телевизионен канал изготви и предостави видеоматериали на всички телевизии в България, показващи

дейността на различните видове и родове Въоръжени сили, както и направи специален видеоклип на патриотичната песен на Руслан Мъйнов – „Драва“, която бе излъчена и в ефира на националните телевизии.

В края на 2020 година Военният телевизионен канал започва излъчването на ново предаване „БГ пълководци“, водещи на което са военният историк проф. Димитър Недялков и журналистът Георги Милков. Основната цел на рубриката е да представи личностите на изтъкнати военни стратегии и пълководци. Представени са ген. Михаил Савов, генерал от пехотата Рачо Петров, генерал–лейтенант Климент Бояджиев, генерал Стефан Тошев, генерал Владимир Вазов.

Военният телевизионен канал изготви и филм за годишнината на ИА „Военно клубове и военно-почивно дело“, като основен акцент беше голямата социална роля, която агенцията има за семействата на военнослужещите и цивилни служители от МО и БА.

Информационната кампания на МО за популяризиране на военната професия „Бъди войник“ бе основна тема в нашата дейност. С репортажи в новините и съботно-неделната програма на Военния телевизионен канал показахме демонстрации на въоръжение и техника и концертите на Представителния ансамбъл на въоръжените сили и Гвардейския представителен духов оркестър във всичките градове от страната, в които кампанията гостува. ВТК изготвяше кратки рекламни клипове преди всяко събитие от кампанията, за да може хората от съответния град да бъдат информирани за предстоящите прояви. Изготвихме и кратки видеоклипове, които показват лицата от Армията и различните длъжности във видовете и родовете Въоръжени сили.

След като изявите по кампанията бяха спрени заради пандемията, ВТК бе основната трибуна за информация по темата. В различните рубрики и емисиите новини бяха показвани различни истории на военнослужещи

постигнали успехи в спорта и помагали на бедстващи хора. Бяха изработени и излъчвани мотивационни клипове, показващи възможностите за професионална реализация в Българската армия.

По поръчка на началника на отбраната „ВТК“ произведе и 8 филма на военно-историческа тематика, които бяха използвани в часовете за обученията по вътрешна информация в Българската армия.

Освен това през 2020 ВТК отрази всички учения на различните видове и родове войски на БА. ВТК подготви и излъчи документален филм за стрелбите в Шабла, показахме и успешно проведените за първи път през последните 18 години експериментални стрелби от Военноморските сили с подвижния брегови ракетен комплекс „Рубеж“. Активно отрази в предаванията и в новините проблемите, свързани с бюджета за отбрана за 2021 г. и проблемите, които имат военнослужещите. Всяка събота и неделя излъчваме 15- минутни филми, които показват ученията на видовете и родовете Въоръжени сили.

Изработихме и монтирахме едноминутен видеоклип, посветен на дейността на Сдружението на жените военнослужещи.

Утвърдените рубрики „Военните репортери“ и „Войнишки разкази“ се развиха добре през годината, макар че рубриката „Децата на Българската армия“ отпадна след първото тримесечие по обективни причини. Своео място в програмната схема доказва рубриката „Разкази за оръжията“, където компетентните разкази на доц. Георги Маринов умело се водят и насърчават от Евгени Мандаджиев.

През 2020 г. ВТК постави началото на две нови рубрики – „На вахта“ и „БГ пълководци“. По обективни причини от „На вахта“ са излъчени само 4 броя. „БГ пълководци“ излъчи 3 броя и продължава своето развитие през 2021 г. , като се радва на изключителен интерес от страна на зрителите.

През 2020 г. отпаднаха рубриците „Конфликтни зони“ поради излизането на водещата в отпуск по майчинство.

През изминалата година ВТК сключи договори за външни продукции предавания „Мини мис и мини мистър“ с водеща Илиана Балийска, с фирма „Файв старс“ за поредиците „Световните градове на България“, „Битките за Европа“ и с „Съ Нами Богъ“, с ТВ „Българе“, като излъчваме тяхната поредица „Съвременни неznайни воини“ и новогодишни празнични програми. Като цяло външните продукции се оказаха успешни и бяха от полза за ВТК.

Поддържахме копродукции за поредицата „Археосвят – По пътя на великите“ и „ВТК и Симеон Идакиев представят“.

Продължи доброто сътрудничество и с фирма „Балкан вижън дистрибушън“ за доставка на игрални, документални и детски филми. През годината ВТК придоби правата за излъчване на повече от 100 игрални филма, като продължихме правилото да са предимно европейско производство и носители на награди от най-големите световни и европейски фестивали и конкурси, сред които и носители на „Оскар“. Повече от 20 сериала, предимно на военна тематика бяха в репертоара на ВТК през 2020 г.

ВТК участва активно и в подготовката и представянето на кампанията „Бъди войник“.

Като цяло ВТК следваше програмната схема и изпълни обемните показатели.

Две рубрики, които се допълват и често развиват темата една след друга са „Ветераните разказват“ и „Кавалери на Ордена за храброст“. ВТК си постави още преди три години амбициозната задача да открие и запази за поколенията спомените и разказите на ветераните от войните и от Българската армия като цяло.

През годината продължи производството на документалната поредица, посветена на Първата световна война „Помни войната“. До сега са излъчени 4 части от поредицата, като в момента се работи и върху петия епизод. Развита бе традицията отделните части да бъдат показвани във Военна академия, Централния военен клуб, в различни града на страната. Поредицата генерира огромен интерес поради професионалното представяне на неизвестни и любопитни факти от участието на България в Първата световна война. През 2020 година продължава нейното производство.

ВТК произведе и 22 филма по поръчка на различни институции – Военна академия, Военно-морското училище във Варна и Националния военен университет и др.

2020 година

По плана на МО

№	Работно заглавие	Заглавие на излъчване
1	Бригада“Логистика“ -СКС	Бригада“Логистика –територия за професионалисти“
2	„20 г. 110 логистичен полк Пловдив“ - СВ	„110-ти логистичен полк“
3	„Бриз 2020“ –ВМС	„Бриз 2020“
4	„Шабла 2020“ (направен от ИЦ)	„Шабла 2020“
5	Военен команден център - СКС	„ВКЦ-духът на една професия“
6	Учебен полигон – „Ново село“ -СКС	„Ново село-полигон за професионалисти“
7	„60 г. ЗРВ –формиране, история, настояще“-ВВС	„60г. чисто небе“
8	„Чудото“ –ВВС	„Чудото“ -ВВС
9	„Тракийско лято“ -ВВС	„Тракийско лято“
10	Филм за Военна полиция - ВП	„Военна Полиция 24/7“
11	„Бригадно учение на 61-ва	“Балканска стена”

	механизирана бригада – Карлово“ -СВ	
12	„Подготовка и сертифициране на 41-ви контингент за участие на НАТО „Решителна подкрепа“ в Афганистан“-СВ	„Ответен удар –когато идеята стане традиция“
13	„135г. сухопътни войски – история , традиции и настояще“ - СВ	„135г. Сухопътни войски“

Допълнително произведени филми – ЕФП , ВТК

№	Работно заглавие	Заглавие на излъчване
1	50г. юбилей на ЦАТИП	50г. юбилей на ЦАТИП
2	„Земята на Родопите помни“	„Земята на Родопите помни“
3	„Железни орляци“	„Жадни за небе“
4	„Скиталецът“	
5	„Помни войната“ – 4 част – Тутраканската епопея	
6	20г. в услуга на армията (ИА ВК и ВПД)	
7	Традиции и съвременност (70г. КСАФ)	

Филми на ВТК, излъчени по БНТ през 2020 г. :

- Бригада Логистика – територия за професионалисти
- Море за силните – Бриз 2020
- 20 години Военен команден център
- Ответен удар
- Балканска стена
- 135 години Сухопътни войски
- „40 години по-късно“- посветен на журналиста на БНТ Симеон Идакиев
- „Чудото“ – посветен на военния пилот Чудомир Топлодолски

- Тракийско лято 2020
- 110-ти логистичен полк

10. Конферентна зала в Информационен център на Министерство на отбраната

Една от функциите на ИЦ на МО е предоставянето на конферентна зала и необходимата техника за организиране на мероприятия и събития като пресконференции, брифинги, обучения, презентации, представяне на книги и филми и др. През годината са организирани 33 събития, повечето, от които са по заявка на ръководството на МО, главна дирекция „Инфраструктура на отбраната“, дирекция “Обществени поръчки в отбраната“, дирекция “Логистика“, дирекция „Отбранителна политика и планиране“, дирекция „Политика по въоръженията“, Национална военна спортна федерация.

ДИРЕКТОР НА ИНФОРМАЦИОНЕН ЦЕНТЪР НА МО
ЛЮБОМИР ДЕНОВ



08...03.2021