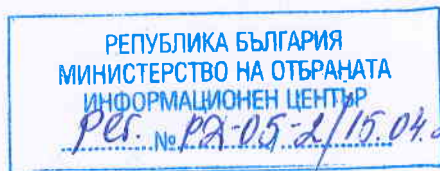


МИНИСТЕРСТВО НА ОТБРАНАТА
ИНФОРМАЦИОНЕН ЦЕНТЪР НА
МИНИСТЕРСТВОТО НА ОТБРАНАТА

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



ДО
МИНИСТЪРА НА ОТБРАНАТА
НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ
Г-Н ДРАГОМИР ЗАКОВ

ГОДИШЕН ДОКЛАД
за състоянието на Информационния център на Министерството на
отбраната за 2021 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 2021 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.

2. Военните медии в дигиталния свят

Съвременната война се води преди всичко на информационното бойно поле чрез средствата за масово осведомяване - интернет сайтове, телевизионни и радио-програми и др. В началото беше „Пустинна буря“ през 1990 г., когато камерите на CNN направиха света зрител на прецизните удари на US-армията по обекти на режима в Ирак. От тогава до днес войните и конфликтите започват на информационния фронт, а крайната победа се присъжда на този, който е успял да спечели сърцата и умовете на световната общественост. В битките са ангажирани армии от IT-специалисти, добре платени редакционни екипи и милиони обикновени тролове. В тези т. нар. хибридни войни се използват най-разнообразни „бойни“ похвати – от внимателен подбор на факти и събития от информационният поток, през прикриване на част от истината до откровен „фейк нюз“ и всякакви други прийоми за постигане на целта - повдигане на бойния дух на армията и спечелване на общественото мнение на своя страна. Но за да се стигне до умовете на масите, първо трябва да се спечели тяхното внимание. В световния океан от информация и дезинформация това не е никак проста задача. Само в малка и бедна България се разпространяват няколкостотин местни и чуждестранни телевизионни програми, хиляди информационни сайтове и стотици печатни издания.

В тази силно конкурентна среда своето място намира и ИЦ на МО с военните медии - вестник „Българска армия“, ВТК и техните дигитални платформи - armymedia.bg, Facebook и You tube. В продължение на няколко години върви процес на замяна на хартията с цифрови носители, който създаде условия за конвергенция между новите технологии и значително подобро редакционно съдържание.

През 2021 г. прегледаните материали на нашите медии в интернет пространството са над 7 300 000 и това са само оригинални журналистически материали на вестник „Българска армия“ и репортажи, новини и филми, продуцирани от ВТК. За сравнение, същият показател през 2017 г. е бил малко над 570 000. С осигуряването на мобилна достъпност вече над 60% от нашите интернет зрители и читатели са млади хора в активна възраст между 35 и 50 г., като 53% от тях са жени. Интересно е и разпределението на потребителите на нашето информационно съдържание по държави - близо 250 000 са от България, над 21 000 от Франция, над 13 000 от САЩ. Не липсват и такива от по-екзотични страни като Индонезия и Китай.

Редакционната политика на в-к „БА“ и ВТК се базира на следните принципи:

- ✓ съчетаване на актуална и обективна информация за съвременното развитие на българската държава и нейните

Въоръжени сили с историческата тема и военно-патриотичното възпитание;

- ✓ равна отдалеченост от партийни и идеологически зависимости;
- ✓ привличане на утвърдени автори, коментатори и тв-творци извън щатния състав на ИЦ на МО;
- ✓ нарастване дела на цифрово разпространение за сметка на аналоговите платформи.

3. Изминалата 2021 г. е още една успешна година от обособяването на ИЦ на МО като самостоятелна структура.

Какво показва безпристрастната статистика, изведена от социалните мрежи. Преди навлизането на дигиталните технологии основен метод за измерване гледаемостта (рейтинг) на електронните медии беше т.нар. 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 широкото навлизане на цифровите технологии бяха създадени евтини и най-важното - точни и достоверни програми за отчитане на зрителския интерес. През изминалата 2021 г. оригиналните печатни и аудиовизуални продукти на военните медии, разпространявани чрез дигитални платформи, отчитат следните резултати:

Таблица 1 за интереса към публикувани материали на вестник „Българска армия“ и собствената програма на „ВТК“

	2017	2018	2019	2020	2021
<u>You tube</u>					
-преглеждания на видеоматериали	1 000 000	1 300 000	1 446 254	2 400 000	4 100 000
-нови абонати	1600	3100	3343	6600	11 600
<u>Facebook</u>					
-харесвания на страницата	4100	5520	6643	7702	8 400
-средно	4700	5600	6101	13 500	14 390

посещение на публикация					
Armymedia.bg					
-посетители	150 000	450 000	726 909	909 955	797 554
-прегледани материали	570 334	1 449 853	5811800	6 503 720	7 301287

Най-общият извод е, че за последните 5 години се наблюдава трайна тенденция за повече от десетократно увеличение на интереса към военните медии.

След промяната на дизайна на интернет страницата на ИЦ на МО и осигуряването на достъп чрез мобилни устройства преди една година зрителският интерес скача двойно.

Таблицы 2, 3 и 4 - статистика за видео-стрийма на ВТК (отнася се за цялата програма на телевизията – собствена, чужда и повторения)

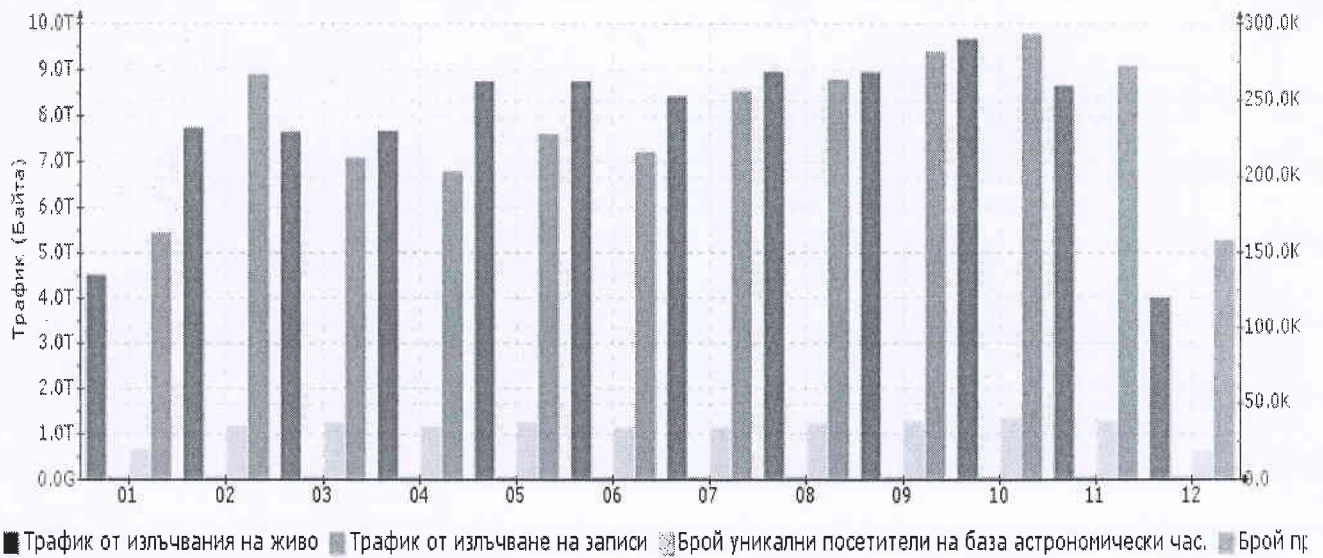
Статистика на видео стрийма на „ВТК“

Обобщена статистика за всички предавания на живо и на запис за потребителски акаунт. Детайлна статистика за всеки отделен видео-стрийм е представена в разделите „на живо“ и „клипове“.



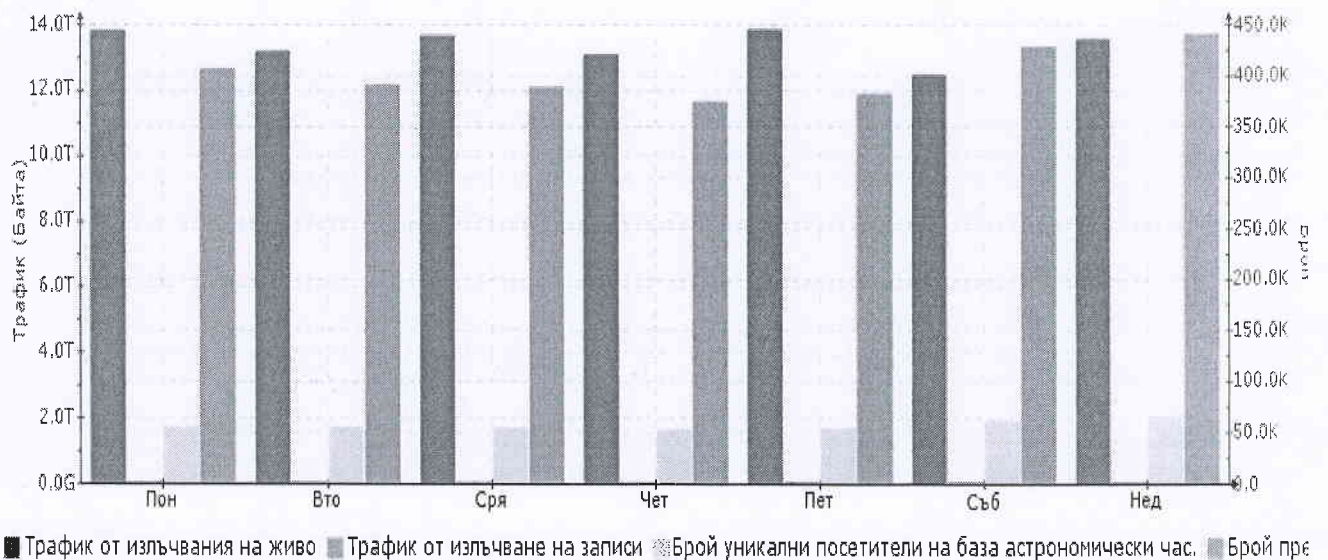
Данни за Трафик/Посещения по Месец

Трафик/Посещения по Месец (За период [2021-01-15 11:48, 2021-12-15 11:49])



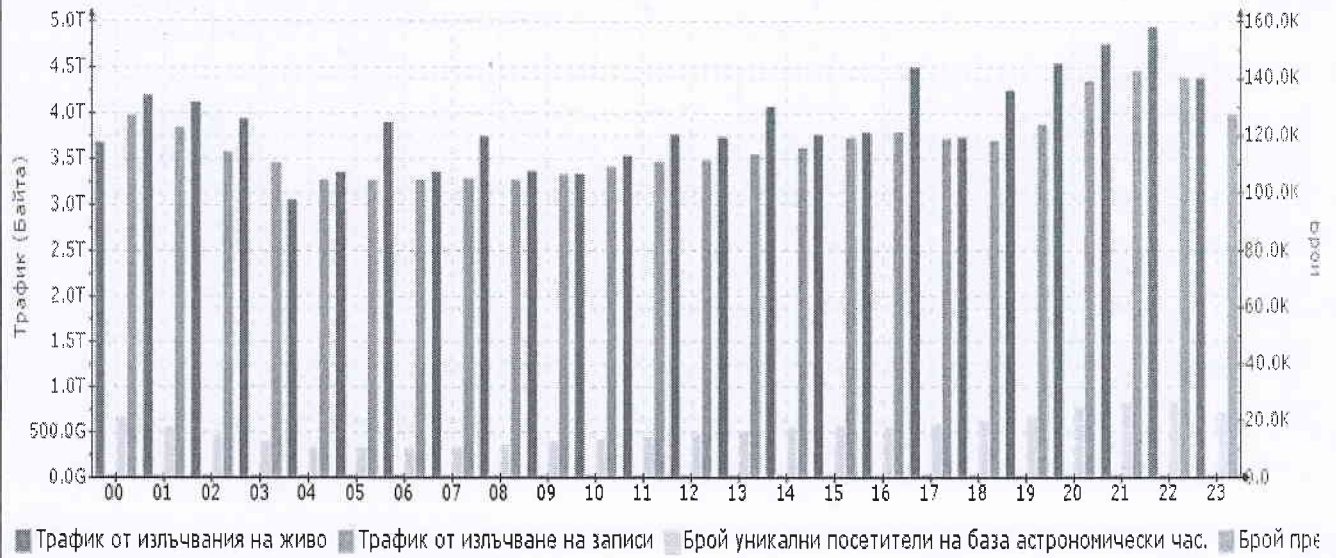
Данни за Трафик/Посещения по Ден от седмицата

Трафик/Посещения по Ден от седмицата (За период [2021-01-15 11:48, 2021-12-15 11:49])



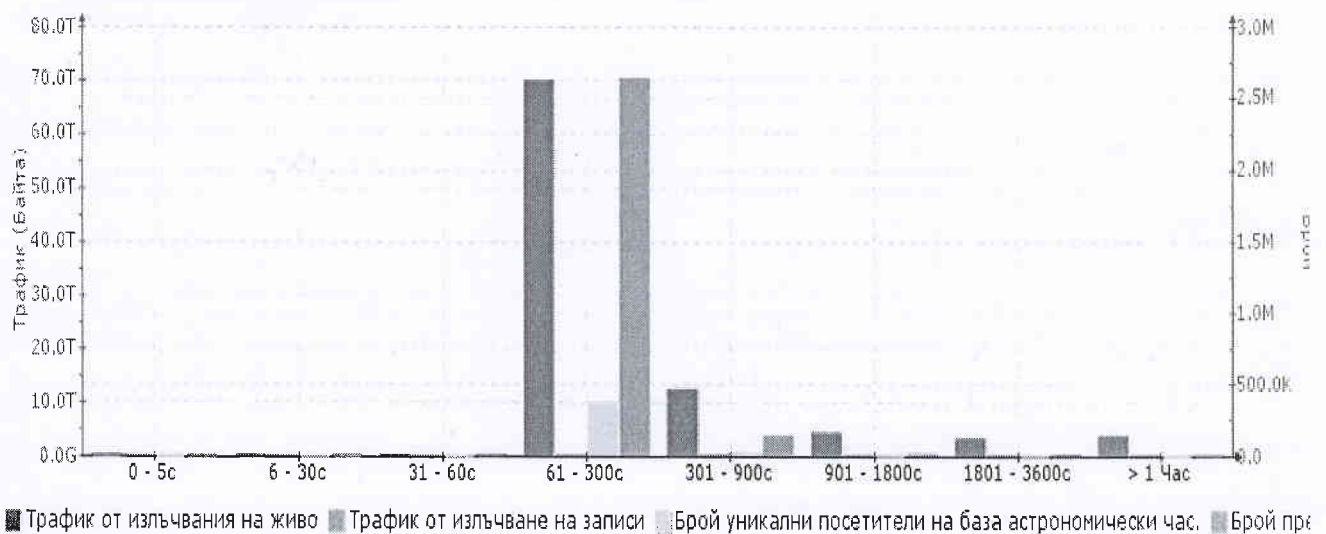
Данни за Трафик/Посещения по Часове (0-24)

Трафик/Посещения по Час (0-24) (За период [2021-01-15 11:48, 2021-12-15 11:49])



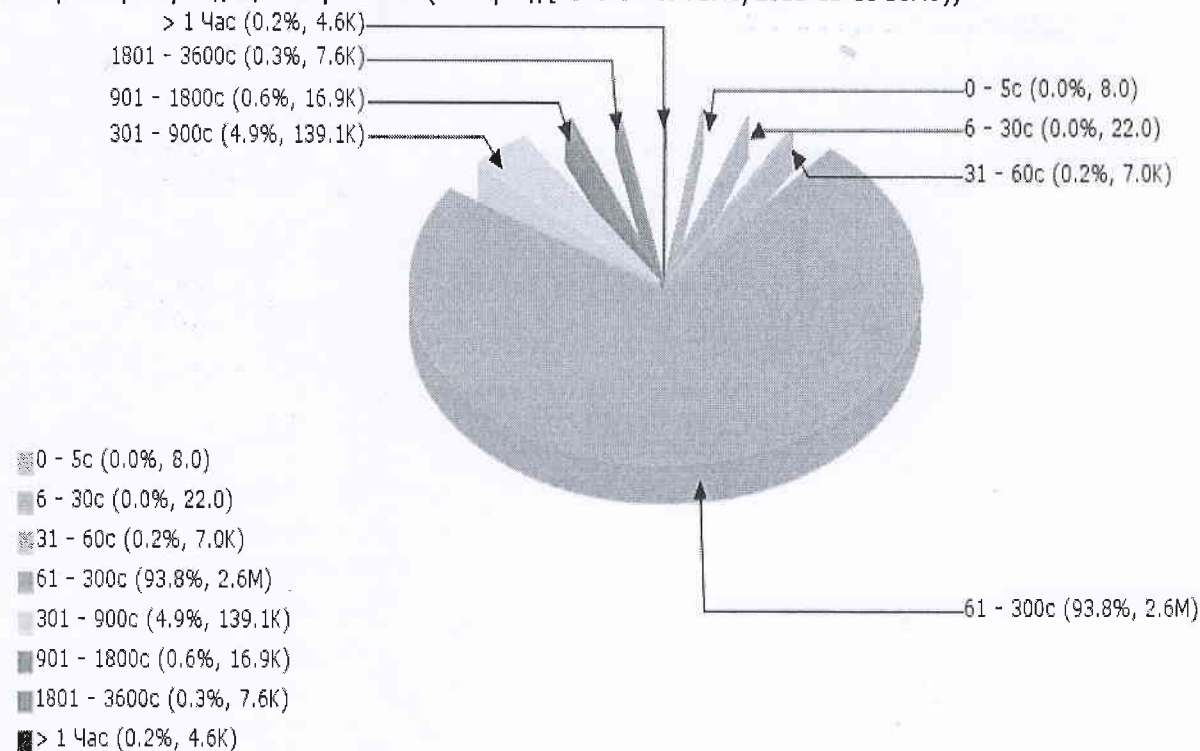
Данни за Трафик/Посещения по Продължителност на гледане

Трафик/Посещения по Продължителност на гледане (За период [2021-01-15 11:48, 2021-12-15 11:49])



Продължителност на Гледане


























По брой "презареждащи" потребители (За период [2021-01-15 11:48, 2021-12-15 11:49])




















Анализът на данните дава основание да се направят следните изводи:

- ✓ равномерно разпределение на зрителския интерес по часови пояси, дни от седмицата и месеци от годината;
- ✓ вниманието на зрителите се задържа пет и повече минути върху излъчваните програми;
- ✓ минимален е броят на „случайно“ попадналите зрители;
- ✓ за специализирана – военна телевизия, резултатите са над средните за аналогични доставчици на медийно съдържание.

Таблица 5 трафик/посещения по държави:








Данни за Трафик/Посещения по Държава (geoip)				
За период [2021-01-15 11:48, 2021-12-15 11:49)				
Държава	Трафик от излъчвания на живо (ГБайта)	Трафик от излъчване на записи (ГБайта)	Брой уникални посетители на база астрономическ и час.	Брой презареждания/посещения.
 Bulgaria	26380.309	0	109854	687295
 Germany	23036.546	0	53624	811279
 Netherlands	9655.786	0	18844	347602
 France	8627.064	0	19483	411125
 Finland	6869.898	0	1701	10665
 Russian Federation	6051.288	0	8442	63331
 United Kingdom	4317.718	0	15385	135457
 Turkey	2280.997	0	52055	83258
 United States	1343.780	0	14788	44516
 Belgium	411.276	0	3135	19881
 Israel	395.755	0	1240	4302
 Spain	315.285	0	4678	11080
 Malta	267.376	0	417	844
 Ukraine	256.984	0	6500	10967
 Indonesia	236.804	0	4336	9919
 Canada	212.392	0	3818	8109
 Singapore	189.290	0	1335	7026
 Uganda	180.961	0	3546	6253
 Malaysia	126.420	0	2540	3475
 Bangladesh	123.272	0	2183	3352
 Czech Republic	117.743	0	1530	7082
 Cyprus	108.674	0	1112	10696
 Saudi Arabia	95.274	0	3094	4730
 Brazil	89.311	0	3721	4921
 Pakistan	81.265	0	3722	6159

 Austria	81.086	0	1118	2298
 Norway	71.923	0	512	706
 Morocco	63.345	0	3260	5259
 Romania	61.130	0	1380	2368
 Greece	60.694	0	1575	2828
 Lithuania	60.203	0	351	499
 China	60.105	0	2569	4638
 Mexico	54.386	0	2038	3015
 Tanzania, United Republic of	51.202	0	1598	3131
 Algeria	46.680	0	3700	4862
 Serbia	46.259	0	783	2218
 Nigeria	21.781	0	1760	2868
 Iraq	18.810	0	1266	1808
 Slovakia	16.196	0	1072	1357
 Croatia	15.334	0	365	1505
 Iran, Islamic Republic of	11.301	0	790	1219
 Unclassified	9.492	0	215	423
Общо	93563.162	0	398810	2810781

Забележка: Дигиталните платформи на ИЦ на МО са посетени от зрителите в 207 държави.

Данни за Трафик/Посещения по Устройство (os)

За период [2021-01-15 11:48, 2021-12-15 11:49)

Устройство (os)	Трафик от излъчвания на живо (ГБайта)	Трафик от излъчване на записи (ГБайта)	Брой уникални посетители на база астрономически и час.	Брой презареждания/посещения.
 Other	62991.184	0	192261	2049477
 Android	5423.650	0	84567	152041
 Windows	21852.369	0	84191	482711
 Vlc	2554.101	0	29905	102628
 Ipad	344.187	0	4906	12158
 Iphone	234.397	0	3778	8419
 Mac	160.776	0	2157	3283

■ Ps3	0.351	0	33	37
△ Linux	2.145	0	22	27
Общо	93563.16	0	401820	2810781
Уникални посетители от мобилни у-ва (%):				23.21
Уникални посетители от РС (%):				76.79

Забележка: След осъвременяване дизайна на сайта *artymedia.bg* се създаде възможност за посещение чрез всички налични технически устройства.

Данни за Трафик/Посещения по Живи излъчвания

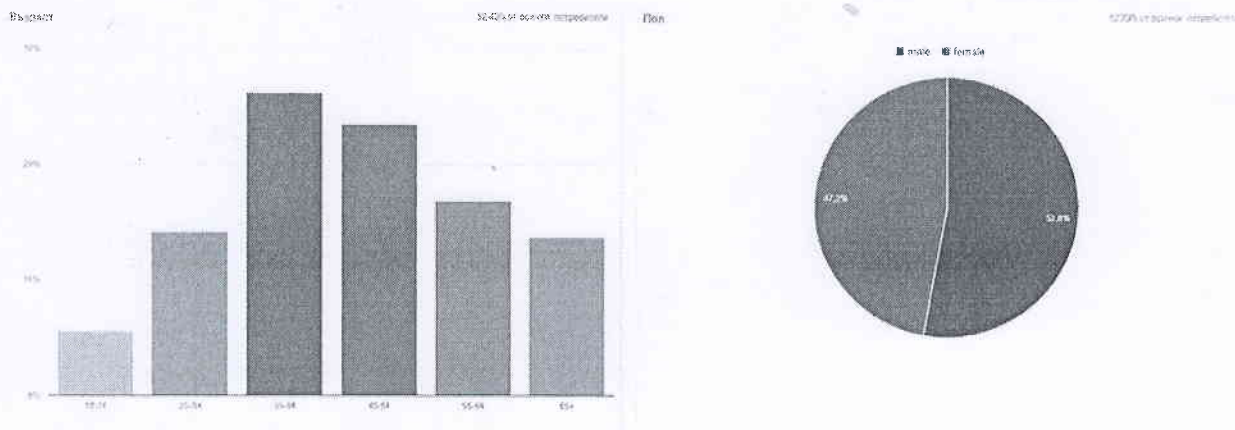
За период [2021-01-15 11:48, 2021-12-15 11:49)

Поток	Трафик от излъчвания на живо (ГБайта)	Брой уникални посетители на база астрономическ и час.	Брой презареждания/посещ
vtv	93560.666	398769	2810733
wowz://pri2.cdn.bg:2007/fls/_definst_/vtv	2.494	41	48
Общо	93563.16	398810	2810781

Изводи:

- ✓ сериозен зрителски интерес в държавите от ЕС, където пребивават големи групи български граждани;
- ✓ зрители в екзотични дестинации;
- ✓ слаб интерес в съседни държави, в които има компактни групи граждани с български произход - Македония, Украйна, Сърбия, Молдова.

Потребители по възраст и пол:



Изводи:

- ✓ голям интерес сред зрители в активна възраст;
- ✓ двойно увеличение на посетителите след осигуряване на достъп през мобилни устройства;
- ✓ преобладава женската аудитория.

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 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% е собствена телевизионна продукция, 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“ - един 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.

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 2021 г. е в размер на **3 090 175 /три милиона деветдесет хиляди сто седемдесет и пет/ лева.**

СОБСТВЕНИ ПРИХОДИ	УТОЧНЕН ПЛАН 2021	ОТЧЕТ 2021	% ИЗПЪЛНЕНИЕ
	41166	41166	100 %

РАЗХОДИ	УТОЧНЕН ПЛАН 2021	ОТЧЕТ КЪМ 31.12.2021	% ИЗПЪЛНЕНИЕ
ВСИЧКО	3 090 175	3 090 171	100
РАЗХОДИ ЗА ЛИЧЕН СЪСТАВ	2 209 466	2 209 462	100
ТЕКУЩА ИЗДРЪЖКА	814 818	814 818	100
КАПИТАЛОВИ РАЗХОДИ	65 891	65 891	100

5. Военен киноархив

Инспекторатът на МО от 24.01.2022 г. до 21.02.2022 г. извърши проверка на фактите и обстоятелствата по сигнал с Рег. №13-00-2751.22.12.2021г. За резултатите от проверката е изготвен доклад – Приложение 1.

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 медийните публикации, свързани с проблемите на отбраната и националната сигурност. Ежедневно в работни дни от 6.00 ч. до 16.30 ч. 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

ИЦ на МО е второстепенен разпоредител с бюджетни средства. За 2021 г. година получената от МО субсидия е в размер на 3 049 005 лв. Логично се поставя въпроса - какъв е ефектът от разхода на тази немалка сума държавни средства?

В медийните среди по света за пресмятане на ефективността от извършените разходи се използва показателя „цена за достигане на хиляда потребители (зрител/читатели)“ - СРТ (*cost per thousand*), или казано с други думи - разходите на медията във финансов измерител за достигане до хиляда зрители. Този показател за ИЦ на МО за 2021 г. е 630 лв. разход на 1000 зрители (чиатели).

Видно е, че инвестицията на МО за медийно покритие от приблизително 0,63 лв. за зрител е в пъти по-малко, сравнено с разходите на другите български медии. През 2020 г. този показател бе 880 лв. на 1000 зрители (читатели) или за една година ефективността е подобрена с 28%. Този чисто икономически показател трябва да се разглежда в контекста на нарастващата роля на информационните потоци при формиране на общественото мнение. Безспорен е фактът, че съвременните войни започват на информационното поле, водят се освен с конвенционални оръжия и с медийни похвати и в крайна сметка се печелят от този, който е успял да завладее световното обществено мнение.

Забележка: При изчисляване на горепосочения показател е взет предвид *брутния разход на ИЦ на МО за 2021г. , който е 3 090 171 лв. и само реално отчетените потребители на You Tube и информационния сайт www.armymedia.bg , а не всички зрители и читатели на военните медии-потребители на ВТК, чрез повече от 70 кабелни оператора, зрители чрез сателит, (част от продукцията е излъчвана и в каналите на БНТ), както и онлайн читатели на вестник „ Българска армия“.*

8. Вестник „Българска армия“ през 2021 г.

Вестник „Българска армия“ е продължител на излезлия за първи път на 14 февруари 1892 година (преди 130 г.) вестник „Военни известия“. Вестникът на армията от 2014 г. е част от Информационния център на МО. Изданието излиза веднъж седмично на 32 страници и заедно с ВТК и електронния сайт armymedia.bg осъществява

комуникационната политика на Министерството на отбраната, като информира читателите си за дейността на политическото и военното ръководство в Министерството на отбраната, Щаба на отбраната и видовете Въоръжени сили. Повече от 70% от статиите в изданието разказват за живота, успехите и предизвикателствата на военните формирования. През 2021 г. на страниците на вестника са публикувани повече от 100 интервюта, около 200 репортажа, над 500 материала за живота във войските, стотици страници с анализи на международната среда на сигурност и военноисторически четива, хиляди по-кратки материали – дописки и информации на армейска тематика.

Вестник „Българска армия“ се издава в тираж от 4460 броя, достъпен е за широк кръг от читатели на електронната страница на ИЦ на МО - armymedia.bg. От 2017 г. изданието се разпространява безплатно във всички структури и формирования на МО и БА, както и във военни клубове, болничните структури на ВМА и висшите военно-учебни заведения. Пунктове за безплатно разпространение има пред МО 1 и МО 2, както и пред сградата на Информационния център на МО. Вестникът се разпространява безплатно, за да достига до максимално голям брой читатели (политика, която от м. март т.г. възприема и БТА за част от информационните си бюлетини).

За да бъде изданието достъпно за всички, които използват мобилни устройства, през 2021 г. променихме дизайна на електронната страница на Информационния център, където вестникът е поставен на централно място, за улеснение на потребителите.

През тази година планираме:

1. Акцентиране в редакционната политика на вестника върху предизвикателствата, свързани с модернизацията и обновлението на въоръжението и техниката на Въоръжените ни сили.
2. Продължаване на процеса на интегриране на редакционната и програмната политика между в-к „Българска армия“ и ВТК.
3. Осъвременяване на рекламата и авторекламата на в-к „Българска армия“ и на ВТК, включително и във външни медии с цел увеличаване на читателите и зрителите на военните медии.

9. Военен телевизионен канал през 2021 г.

През 2021 г. ВТК се наложи като утвърден лидер в информационното осигуряване на МО, изпълнявайки основната си задача за отразяване политиките на държавното и военното ръководство в областта на сигурността и отбраната. Високото качество на

информационното съдържание на телевизията спомогна както за повишаване осведомеността на зрителската аудитория по ключови за Министерството на отбраната и Българската армия теми, така и за повишаване на обществения имидж на военната служба и укрепване на доверието във Въоръжените сили на РБ.

Усилията на ВТК през 2021 г. бяха насочени към отразяване на основните информационни приоритети на ръководството на МО за поддържане и развитие на необходимите способности за планиране и водене на операции по трите мисии на Въоръжените сили и предприемането на действия, свързани с повишаване мотивацията на хората в отбраната и издигане престижа на военната професия, както и в съхраняването и развитието на традициите и ценностите на Българската армия.

Успоредно с традиционните репортажи и кореспонденции от национални и международни военни учения и важни за Въоръжените сили събития, разширено място в програмната схема на ВТК намериха и интервютата, чрез които командирите и военнослужещите бяха представени не само в светлината на своята експертиза, но и в пълнокръвното им отразяване като личности с богат жизнен опит и индивидуални качества.

Информационните емисии на ВТК бяха съсредоточени върху политиките в областта на сигурността и отбраната, като репортерите отразяваха не само политическите прояви и решения на държавното и военното ръководство, но и развитието, поддръжката и използването на Въоръжените сили за изпълнение на задачите по отбрана на страната и задълженията ни в системата за колективна сигурност и отбрана в НАТО и ЕС, както и в приноса им към националната сигурност в мирно време.

През 2021 г. ВТК активно отразяваше участието на Въоръжените сили на РБ в мисии и операции зад граница, подготовката и участието на военните формирования от Българската армия в съвместни, многонационални учения и тренировки („Balkan Sentinel 2021”, „Strike Back 2021”, „Trojan FootPrint - South 2021”, „Swift Response 2021”, „Шабла 2021”, „Бриз 2021“, „Тракийско лято 2021“, „Тракийска звезда 2021”, „Корен 2021“; „Naples BluePrint 2021”, „Castle Forge 2021” и др.). Всички национални и международни учения бяха проследени и подробно отразени, както в информационните емисии, така и в рубриката „Военните репортери“.

Специално място в новинарските и публицистичните емисии беше отделено за участието на десетките формирования и техните военнослужещи в оказване помощ на населението при пожари, в усложнена зимна обстановка, при транспортиране на пострадали, обезвреждане на невзривени боеприпаси и др. по т.нар. Трета мисия на Въоръжените сили.

ВТК взе активно участие и в подготовката, планирането, организацията и реализирането на информационно-комуникационна кампания „WeAreNATO“ и произведе и излъчи рекламни клипове за привличане на кандидати за военна служба и повишаване престижа на военната професия.

Произведени и излъчени бяха почти 30 филма, като при някои от тях като „Балкански страж 21 – Различното предизвикателство“, „DEFENDER EUROPE 21“, „10 години СКС – когато знанието се превръща в опит“, „Българската авиация през Студената война“, „Отдаден на авиацията“ бяха използвани най-модерните технологии в телевизионното производство. Голяма част от тези филми, съгласно действащо споразумение, сключено между ръководствата на МО и БНТ, се излъчват и в ефира на националната телевизия.

Подобаващо внимание бе отделено и на социалните дейности, като произведохме рекламни клипове за възможностите за почивка на военнослужещите, цивилните служители и техните семейства в почивните бази на ИА „Военни клубове и военно-почивно дело“.

Публицистичните рубрики на ВТК като „Пресечна точка“, „Социални профили“ и „Щрихи от миналото“ са основните предавания, които коментират и анализират политическите процеси в областта на сигурността и отбраната, както и всички исторически събития.

Предаването „Бг пълководци“ е най-новото в програмната схема на ВТК, то е посветено на живота и делото на българските пълководци, оставили ярък отпечатък в българската и световната история.

С висока гледаемост се ползва и рубриката на ВТК „Мисия Здраве“. Тя се излъчва всяка седмица и отразява теми, свързани с медицинското осигуряване във ВМА и прилежащите ѝ структури. Предаването не само популяризира дейността на академията, но и представя най-изявените ѝ лекари и медицински работници и показва ролята ѝ като едно от най-значимите български здравни учреждения.

ВТК отразява историческите събития в страната и на Балканите. През годината бяха отразени годишнини от Първата световна война, Сръбско-българската война, Междусъюзническата война. Своего място в програмната схема доказва и предаването „Знамена и маршове“, в което се разказва историята на знамената, които са съпътствали Българската армия по време на героичните ѝ победи, както и историята на маршовете, които и днес се изпълняват при различни официални поводи и церемонии.

Рубриките „Войнишки разкази“ и „Ветераните разказват“ дават трибуна на хората, посветили своите живот и кариера на армията, като в същото време са насочени към младото поколение и имат сериозен принос в неговото патриотично възпитание.

ВТК е основният канал, който отразява спортните прояви на БА. През 2021 г. той бе единствената българска телевизия, която отрази всички събития от военния спортен календар.

ВТК е известен сред телевизионната аудитория в страната с добрите европейски филми, които показва. Подборът на филмите и сериалите е подчинен на високи критерии и предлага на зрителите качествено развлечение.

За предстоящия нов сезон през есента на 2022 г. планираме:

1. Обновяване визията на ВТК с технологични нововъдения, осъвременена опаковка, декори, шапки и кашове и изцяло променена интерактивна идентичност на студиата;
2. Насищане на информационното съдържание с повече военни теми, събеседници и събития;
3. В тази връзка подготвяме старта на две нови предавания:
 - ✓ **Седмично обзорно публицистично предаване** с участието на цивилното и военното ръководство на МО и БА, командирите на видовете Въоръжени сили, подразделенията и др., в което ще се дискутират теми, свързани с реализирането на политиката в сферата на отбраната и сигурността; развитието на Въоръжените сили; тяхната модернизация чрез придобиването на ново въоръжение, техника и екипировка; подготовката и мотивацията на хората в отбраната; военно-образователната система; социалното осигуряване; привличането на кадри и др.
 - ✓ **Телевизионно състезание в модерния риалити формат** с участието на специалните сили от различните командвания на видовете въоръжени сили. Този тип шоу-предавания са до 69% от телевизионните продукции по света и дължат високата си гледаемост на способността да слагат обикновени хора в необикновени и изключителни ситуации. Форматът не само ще задоволи интереса на зрителя към екшън и развлечения, но и ще повиши имиджа и мотивацията на участващите военнослужещи и ще спомогне за попълването на некомплекта в БА.

Изпълнение на годишния план за филмопроизводството на ВТК

2021 година

По плана на МО

№	Работно заглавие	Заглавие на излъчване
1	Философът на една свобода	Философът на една свобода
2	200 г. от рождението на Г.Раковски	200 г. безсмъртие
3	Българската авиация през студената война	Българската авиация през студената война
4	Тактическо учение Balkan Sentinel 21	Балкански страж
5	10 г. СКС	10 г. СКС
6	Defender Europe 2021	Defender Europe 2021
7	Бриз 2021	Бриз 2021
8	Стрелби с въоръжението на танк Т-72	Огън, устрем, броня
9	70г. Авиобаза Безмер	70г. Авиобаза Безмер
10	136г. Сухопътни войски	136г. Сухопътни войски
11	60г. от създаването на Авиобаза Крумово	60г. от създаването на Авиобаза Крумово

Допълнително произведени филми – ЕФП, ВТК

№	Работно заглавие	Заглавие на излъчване
1	Последно полувреме	Последно полувреме

2	Един български орел	Отдаден на авиацията
3	Торпилирането на Хамиде	Дръзки
4	Асове на българските ВВС	БГ Криле
5	Шабла 2021	Шабла 2021
6	Тракийско лято	Тракийско лято
7	Скрап	Скрап

Филми на ВТК, излъчени по БНТ през 2021 г. :

- „Философът на една свобода“;
- „200 г. безсмъртие“;
- „10 г. СКС“;
- „Балкански страж“;
- „Defender Europe 2021“;
- „Бриз 2021“;
- „Огън, устрем, броня“;
- „Последно полувреме“

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, филми и др. Въпреки въведените противоепидемични мерки, 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“ и Национална военна спортна федерация.

Последните години от дейността на военните медии показват, че с малък, но добре подбран творчески и технически персонал и разумна организация на работата, дори при липсата на достатъчно финансиране и материално оборудване могат да се постигнат значителни успехи в подпомагане ръководството на МО и БА при постигането на актуалните

стратегически цели в областта на сигурността и отбраната и утвърждаването на българските Въоръжени сили като надежден партньор в укрепване на мира и стабилността на Балканите и сътрудничеството в рамките на евроатлантическата общност.

Универзитет "Св. Кирил и Методи"

Цели на курсовия проект

№	Цели на курсовия проект	Съдържание на изпитния материал
1	Териториално разположение на България	География
2	Анализ на граничните райони	География
3	История на България	История
4	Политика на България	Политика
5	Състояние на БГЧО	Състояние на БГЧО



Учебен материал по БГЧО

- 1. История на БГЧО
- 2. Структура на БГЧО
- 3. Задачи на БГЧО
- 4. Състояние на БГЧО
- 5. Развитие на БГЧО
- 6. БГЧО и НАТО
- 7. БГЧО и ЕС
- 8. БГЧО и ОИС
- 9. БГЧО и ООН
- 10. БГЧО и ОБСЕ

Въвеждайки курсовия проект, който е част от учебния материал по БГЧО, се поставя за цел на курсовия проект да се даде на студентите възможност да се запознаят с основните аспекти на БГЧО, които са свързани с териториалното разположение на България, анализ на граничните райони, историята на България, политиката на България, състоянието на БГЧО, развитието на БГЧО, БГЧО и НАТО, БГЧО и ЕС, БГЧО и ОИС, БГЧО и ООН, БГЧО и ОБСЕ.