

**Основни моменти от 6-тото заседание на Обществения съвет по отбранителна политика, проведено на 27 май 2013 г.  
Информационен център, 10.00 ч.**

**Тема:**

**Прозрачност и медийна политика в отбраната – перспективи и нови предизвикателства**

**г-н Антон Лазаров - заместник-министър на отбраната**

Първо искам да извиня министър Тагарев. Той беше извикан по спешност в Министерски Съвет. Той обеща, че веднага след заседанието ще дойде на обществения съвет.

За мен този съвет е важен. Аз отдавна настоявам да има такъв съвет. За мен е много важно българските медии да участват в процеса за утвърждаване авторитета на Българската армия и Въоръжените сили и за издигане на общественото доверие, което в един момент за 135 г. беше достигнало най-ниското си ниво. Считам, че с ваша помощ бъдещата медийна политика на Министерство на отбраната би могла да бъде разработена, усилена и да се получи ефектът, който се очаква, а именно една висока степен на прозрачност. Колкото по-прозрачно е Министерство на отбраната, толкова по-високи резултати би могло да постигне, както в областта на административните процеси, така и дългосрочни цели към които е насочено планирането на отбраната.

Аз очаквам този форум да генерира едни конкретни идеи по отношение на медийната политика на Министерство на отбраната, като то и една висока степен на доверие между дирекция „Връзки с обществеността“ и българските медии. Благодаря Ви.

**г-н Григори Недялков – директор на дирекция „Връзки с обществеността“**

Аз ще споделя едно мое журналистическо наблюдение от преди 10-тина години. Имаше случаи, в които в кризисна ситуация телефоните на служителите по връзки с обществеността бяха на гласова поща. Имаше практика журналистите да изискват информация директно от министъра. Години по-късно има основание да се говори за развитие или възход в така наречения „пиар“ в системата на отбраната. Мога да споделя и друг пример. Една медия, която неотдавна направи интервю с наш командир, публикува един доста критичен и негативен материал по отношение на авиацията. Въпреки това на никога не са отказвани отговори на въпроси на въпросната медия и то в срок. Това което аз имам като наблюдение от миналите два месеца като директор на дирекция „Връзки с обществеността“ е, че няма медия на която да са отказвани отговори. Един от принципите, който е описан в документа, който регламентира дейността на дирекцията е „равнопоставеността на

потребителя“. Други принципи на който стъпва дейността на дирекцията са достъпността на информацията, като разбира се спазват изискванията за класифицирана информация и своевременност и точност. Министерство на отбраната е водещо в предоставянето на достъп до информация в държавната администрация. Дали всичко това е достатъчно за се осигури прозрачност? Как интерпретацията на информацията, която се предоставя на медиите се отразява на мотивацията на военнослужещия? Как да се подобри представянето на военната професия в обществото?

Бих искал да обсъдим тези и много други въпроси като комуникацията с обществеността, подобряването и усъвършенстването на комуникационните канали, военната подготовка в училищата, ролята на полигон Змеево, развитието на резерва, изграждането на киберзвено на ВС, придобиването на нов боен самолет на ВВС и не на последно място бъдещето на военните медии и др.

Благодаря ви. Имате думата.

#### **генерал Цветков – председател на обществения съвет по отбрана и на асоциацията на СВ**

Всяка политика има нужда от обществена подкрепа, но армията се лиши от естествената връзка с народа с преминаването към професионална армия.

Армията се превърна в бизнес организация и обществото губи представа за нея, губи и интерес.

Армията има нужда от активна медийна политика, която да осигури обществената подкрепа.

Вестник „Българска армия“ и ВТК нямат място в изпълнителна агенция „ВК и ВПД“. Те трябва да са подчинени на МО и активно да подпомагат комуникацията с обществото под ръководството на дирекция „Връзки с обществеността“. Благодаря за вниманието.

#### **г-н Георги Пешев – асоциация на комуникационни и информационни специалисти**

Концепцията на в. „Българска армия“ е сбъркана. В момента имаме всекидневник, който излиза един ден от седмицата. Той се пише по този начин. Ако искате да направите седмичник на вас ви трябва силен екип. Трябва ви и силна аудитория, която да разбира това четиво.

Медийната политика е, според мен е много правилна. Друг е въпроса, че финансирането на медийната политика е скромно. За да се прави медийна политика, трябва средства.

**г-н Васил Данов – съюз „Атлантик“**

Освен споменато до тук от колегите преди мен, смятам, че срещу БА се води целенасочена информационна война от редица политически сили, съюзи на работодатели, част от синдикатите, част от олигархията и част от мафията за целенасочено сриване на военната служба, БА и в частност на министерството.

За скъсването на връзката между населението и армията имат вина не само политиците, специалистите по пиар и медийните експерти, но и командният състав на БА. Командирите трайно избягват медиите.

Операция „обществено мнение“ в БА начело с министерството е крайно време да започне.

**г-н Спирдон Спирдонов – като представител на СОСЗР**

Трябва да се преодолее прекалената централизираност в диалога между армията и обществото т.е. изолирането на военните в този диалог – командири и командващи.

Място на военните медии в системата на МО не е удачно.

Дейността на електронните варианти на военните медии в системата на отбраната не е активна.

Не е нормално в „Българска армия“ да събира новини през цялата седмица и да ги пуска в петък, когато някои от нещата вече може да са получили развитие.

Трябва да се направи социологическо проучване за потенциалните адресати на информацията на МО и базата му да се изготви нормативен документ, който да регламентира дейността военните медии.

Ние говорим за „прозрачност“ и „медийна политика“, а законът за отбраната и въоръжените сили не припознава понятие като „медийна политика“, той признава понятия като „кадрова политика“, „здравна политика“ и „социална политика“.

В устройствения правилник на МО пише, че дирекция „Връзки с обществеността“ подпомага министъра на отбраната и началника на отбраната в осигуряването на дългосрочна „медийна политика“ на МО, а никъде не е регламентирано, че има такава.

В агенция ИА „ВК и ВПД“, в чието заглавие изобщо не става дума за информация, дирекция „Информационен център на МО“, която решава, че трябва да осигурява информационната политика на Министерство на отбрана чрез военните медии и ежедневиия преглед на печата.

Трябва да си изчистят противоречията в нормативните документи и невзаимодействието между отделните структури и задължително законодателно да се регламентира медийната политика в МО.

**г-н Николай Колев**

Трябва да се направи електронен в. „Българска армия“, който да се поддържа от малък брой качествени хора, които да осигурят информационно войници, офицери, сержанти и всеки който се интересува от темата за армията.

В българската армия прозрачност няма. По времето на Николай Младен аз исках информация за

Освен военни има и други медии. Неправителствените организации могат да ползват други медии, които да създадат външни продукции, които да говорят за проблемите в армията, за успехите в армията и т.н.

**г-н Асен Сираков – директор на дирекция „Информационен център МО“ към ИА „ВК и ВПД“**

Дирекция „Информационен център МО“ е интегрална дирекция и функционира правилно.

Военните медии не само, че имат бъдеще, но са и те са много важни според мен. Те представляват своеобразен отпор на някои тенденции в другото медийно пространство, които целят омаловажаването на БА, както беше казано. Военните медии не са престава ли да създават положителен имидж в това отношение.

Гледаемостта на ВТК се е увеличила за последните три години.

Мисля, че ако ни се даде възможност да продължим работим и се прояви разбиране, че „с трици маймуни не се ловят“ и това изключително орязване на бюджета и пълно свиване на финансовите средства и ако бъде решен въпроса с администрирането на дирекцията, само след година резултатите ще бъдат драстично по-изразени и ще удовлетворят много повече хора, които в момента имат въпроси и забележки.

**Г-н Цветков:**

Да допълня това, което г-н Колев каза. Какво е отношението на военните медии примерно към военнородолюбивите организации? Те нямат достъп до военните

медии. Отговаря се, че ще има помощ от военните медии, но реално ние сами си правим всичко – разпространяване, финансиране, пропагандиране. Военните медии въобще не се интересуват. Също така нямаме реален достъп до медиите. За десет години във в. „Българска армия“ само една моя статия е публикувана. Ние нямаме достъп и не ни се осигурява достъп. Военните медии са затворени за нас, така както и Армията е затворена за нас. И така си останахме чужди един на друг. Благодаря ви.

**Г-н Велчев, председател на Съюза на военноинвалиди и военнопострадали:**  
Подкрепям предишното мнение. Наистина ние не присъстваме, военнопатриотичните съюзи, във военните медии по принцип. Това е може би, защото през последните години самият вестник се политизира изключително много. А това е недопустимо, тъй като Българската армия е деполитизирана. Трябва изключително трезво да мислим къде сме ние, какво сме. Г-н Тагарев направи тази добра крачка – ние сме отразявани в дадена посока, но пак не в тази светлина, която на нас ни се иска. Дали сме предложение да се съединят дирекция „Връзки с обществеността“, Военният телевизионен канал и Националният военноисторически музей. Не искам да обиждам, но ние нямаме армия, мен ме боли за това. А ние искаме да вдигнем престижа на нашата армия. Ами ще ни вземат Змеево, да. Когато не ставате и не знаете как да застанете и какво да направите – така ще стане, т. е. да направим, защото в крайна сметка ние всичките говорим за армията и трябва да се подкрепяме. Не може да го оставим оня ден министъра, човекът сам да стои и да защитава Змеево. Трябва да се правят стъпки. Да се излезе с призив към новия министър да продължаваме да се събираме в същия формат, за да може да се опитваме да си помагаме. Благодаря ви.

**Спирдон Спирдонов:**

Само една реплика. Съгласен съм относно отразяването на военнопатриотичните съюзи в медиите. Само искам да допълня, че в последно време има промяна в медийната политика в това отношение, промяна в интерес на хората, които говориха преди малко. Който е чел последните броеве, ще види, че действително има промяна. Другата ми реплика е по отношение на вестника – всякаво ликвидиране на печатното издание на Министерството на отбраната и преминаването към електронен вариант означава, че рязко ще намалим хората, които ще имат достъп до информацията, която излиза от това издание. Най-добрият вариант е да си върви вестникът и да си върви активно електронно издание, електронен вестник, който очевидно ще има по-големи възможности от гледна точка на тези, които използват електронните издания. Но не трябва да се лишаваме от вестника, а напротив – да дадем възможност той, колкото се може по-често да бъде сред хората и по-често да носи посланията в интерес на Армията и на отбраната. Благодаря.

**Григори Недялков:**

Още веднъж искам да помоля да се опитаме да разширим обхвата на представата за комуникация с обществеността, т. е. да не се концентрираме само и единствено върху проблемите на военните медии, които така или иначе съществуват.

**Г-н Странчевски:**

Не съм специалист по медийните въпроси, но в мен изниква една мисъл, която искам да споделя. Когато правим всичко това към една институция, ние трябва да си даваме сметка и за обстановката, в която тази институция съществува и работи. Имам предвид, че беше казано критично, че военните медии не успяват да достигнат до съзнанието на широката общественост и тя не познава достатъчно живота на армията и няма симпатия към живота на армията. Мога да кажа, че има една неравностойна борба на военните медии с другите медии. Всички знаем кой стои за военните медии. А за най-популярните български медии – никой не знае кой стои зад тях, никой не знае и какъв е бюджетът им, колко пари влизат и по какъв начин. Военните медии не могат да печелят обществено мнение по начините, по които другите могат. Но военните медии все пак съществуват и вършат сравнително добра работа. Трябва да отдадем признание на професионализма – качество на материалите, информативност, език, качество на интернет страницата.

**Г-н Илия Налбантов:**

Моят въпрос е към г-н Сираков – Военният телевизионен канал в големия контекст на трансформацията на НАТО и големите теми на НАТО, какви тематични предавания и дискусии е организиран в своето програмно време, каква програмна схема има по тази тематика – НАТО-България, България-НАТО, НАТО-Европейския съюз, свързано с проблемите на превъоръжението, на трансформацията на отбранителната система?

**Г-н Сираков:**

По отношение на предаванията – това е една болна тема, при положение, че тя е свързана с пари. Да, изработването на предаване може да бъде осъществено по три начина – със собствени средства или да бъде външна продукция, или съвместна продукция с външно предаване. Когато се поддържа периодика или се прави предаване, то се ангажира екип за тази работа. Ние за съжаление не можем да заделим вътрешни хора, които да се занимават само с това. Опитавме да направим със свои средства няколко предавания. Но трябва да бъдат или външна продукция или копродукция. За да бъде осигурено всичко са нужни около 1000 лв. месечно. Имаме огромно желание да имаме предавания. Лично за мен една телевизия е кастрирана, ако няма такива форми на излъчване.

**Г-н Колев:**

Г-н Спирдонов, печатната медия е нещо скъпо (хартия, отпечатване, разпространяване, транспорт), нещо бавно придвижващо се, като седмичник известно време може да остане, но по принцип трябва да се помисли тези

проблеми и тези рубрики, които по принцип има в тая печатна медия да преминават към телевизията, към военната телевизия. Там чрез няколко предавания изцяло могат да се поемат тия неща, които сега се пишат във вестника.

Г-н Странчевски, разликата между обществена и частна телевизия е много голяма. Трябва да питаме младите хора какво искат да видят в Армията, подлежи на социологически сондажи сред ученици, студенти войници. Според мен ако се засилят връзките на военните медии с БНТ, БНР и БТА – само би се спечелило от това. Зависи вече от вашите контакти и съответните договорености, ако има такива.

**Г-н Григори Недялков:**

Има такива споразумения с БНТ, обменът на видео материали е постоянен. Но има недостиг на хор, средства. Още веднъж искам да спомена, че предстоящата цифровизация от 1 септември 2013 г. застрашава съществуването на ВТК.

**Г-н Борис Николов, председател на Съюза на военноинвалидните кооперации в България:**

Искам да подчертая, че онова, което казаха колегите, че военнопатриотичните сили подават ръка, а няма кой да я вземе – напълно подкрепям това мнение. Електронното издание е богато издание, а ние сме бедна държава. В провинцията хората четат и се радват на вестници. Можем да пукаме материали за историята на българския корен, много неща, които ги няма и липсват от т. нар. масова преса. Така че нашата ръка е протегната. Искате или не искате да я вземете?

**Г-н Веско Василев, гражданска квота, директор на сп. „НАТО и България“:**

Сега искам да ви подсказва един опит, който дойде в годините от „Еър Груп“, дълги години и аз бях там, направи се обществено допитване, оказа се после, че има хора, които си правят абонамент една година предварително. „Еър Груп“ от известно време вече прави нещо, което преди Министерството на отбраната правеше. Мисля, че ние сме длъжни да бъдем инициаторите на комитет или съвет за десет години НАТО. Твърдо подкрепям идеята за електронен вариант, а да се сметне кой ще иска и ще търси книжния формат. Ще подсказваме на хората, че има войнщина, че нещо се прави с националната ни сигурност. Армия без народ не може!

*Предложение:*

– Ако се премине към Интернет телевизия, а не към цифрова – ще се спестят много пари и това за в бъдеще трябва да се има предвид.

**Г-н Манол Ценчев, майор от резерва на ВВС, служител на Съюза на военноинвалидите и военнопострадалите:**

Съвсем накратко, военните медии трябва да си определят адресатите, да играят първо ролята на средство за вътрешна информация. Ръководството на Министерство на отбраната и ръководството на Армията трябва да знаят какво

става във войските, войските трябва да знаят какво правят ръководството на Армията и на министерството. Вторият адресат – военнопатриотичните съюзи. Отношението на предишния министър към тях беше меко казано negliжирано, а не би трябвало. И третият адресат е широката общественост. Много се говори тука за пари, обаче не всичко е пари, иска се и професионализъм. Недопустимо е на страниците на в. „Българска армия“ да се пуцат политически анализи, коментари, възлови фигури на управляващата партия непрекъснато да се въртят там – значи или правим изданието чисто армейско, да обслужва интересите на българската армия и на хората, които са свързани с отбраната, няколко поколения, или просто отиваме на много ниско ниво на професионализъм. Г-н Велчев тука каза колко пъти министър Тагарев беше оставен сам. Тука за Змеево трябваше да има една мощна информационно-рекламна кампания, за да се убеди старозагорската общественост, че полигонът не е замърсител, а още не е убедена. Значи иска се и професионализъм. В противен случай алтернативни издания ще набират все повече последователи и читатели – имам предвид електронните сайтове [otbrana.com](http://otbrana.com) и [rap.bg](http://rap.bg). Ами ще ги четат, след като на страниците на в. „Българска армия“ и по ВТК не се появяват нито председатели на съюзи, нито се чуват никакви алтернативни мнения. Ако някой друг напише нещо по същество, едва ли не този журналист се определя като злонамерен, когато атакува министъра на отбраната – атакувал Българската армия и имал недобро отношение към Армията. Да не смесваме нещата. Значи министърът не е Българската армия. Как медийно може да се подкрепи нещо, което е недообмислено и е въведено в закон, как може чрез Закона за резерва да се въвежда военно обучение в средните и висшите училища, след като има закони за просветата, за средното, за висшето образование и т. н. А и не се дава възможност на алтернативни мнения, които са свързани с Армията. И неслучайно такива сайтове имат висока посещаемост. [Rap.bg](http://rap.bg) имат между 8 000 и 12 000 посещения ежедневно. Също така искам да кажа, че трябва да се спазват сферите на компетентност. Колко пъти е излизал ген. Попов през мандата си? Тук-таме, само накрая на мандата. Ето тези неща не бива да се премълчават. Значи журналистите не уронват престижа на Армията и не са злонамерени, те просто посочват грешките. И ако някой министър или политически кабинет има нещо да казва на някои от тези журналисти, то редно е да се свика пресконференция и да се каже. Аз също съм критикувал Закона за резерва, а той е незащитим от пресцентъра на МО. Всичките политизираните рубрики на в. „Българска армия“ трябва да се извадят от там.

*Предложение:*

- Имам предложение да се създаде шоу звено от войници, което да обикаля, за да може да привлече младите да ходят към Армията.

**Зам.-министър на отбраната г-н Антон Лазаров:**

От поделенията се изпращат по двама-трима в училищата, имаше и план във връзка с 24 май. Имаше и открити дни по поделенията пак по 24 май. А по Змеево се работи около месец и половина, по много сериозен план. Това, че не е



достигнал до всички е естествено, Министерство на отбраната имаше определена стратегия да не афишира агресивно своята позиция. Но всичко това, което сте го виждали и с министъра на околната среда – това беше резултат от този план. И сега е моментът да благодаря за интелектуалния принос на всички участници. Г-н Колев е абсолютно прав. Винаги съм държал на това, че обществените съвети са в полза на министерството, на всичко, което се върши в министерството, те са възможност за привличане на експертиза, тази експертиза, която липсва на администрацията и на бюрокрацията. Тя такава беше и целта на мероприятиято – да се съберат идеи по изграждане на тази нова медийна политика на Министерство на отбраната, която аз предполагам, че г-н Недялков и Добрев ще успеят да предадат на следващото ръководство. Доста мнения се събраха. Някои журналисти даже дадоха директно разработена такава медийна политика.

По отношение на прозрачността – в полза на системата във всеки един смисъл. Министерство на отбраната – прозрачност във всичко. Първо, тази прозрачност осигурява, говоря само за системата, едно по-високо ниво защита от рискове. Която и да е инициатива в който щете искате проект – рисковете винаги са в началото, след това падат, защото се реализират за сметка на ресурсите, които в началото са нула и с течение на времето достигат някакви стойности. На следващо място прозрачността дава възможност на хората, които са ангажирани с въпросите на отбраната и въоръжените сили, да предоставят своя безплатен принос, да извършат анализи. И отново всичко опира до това, че обществото подкрепя системата.

По отношение на военните медии – има проблеми в отношението към тези медии. Но мен ме интересува най-вече е с какви средства ние ще адресираме широката общественост. А когато нямаш положително обществено мнение, един широк обществен интерес към отбраната – бюджетът ти пада и го съкращават и никой не гъква. И тази нова медийна политика с ваша помощ трябва да каже как да водим вече една равна, не неравна борба за обществено внимание. Или най-малкото нова стратегия. Да се изравнят силите. Големият фокус трябва да бъде върху широката общественост. За мен най-важни за момента са интересите на Министерството на отбраната, които реално са национални интереси. Ние се стремим да пръснем повече точки за контакти, центрове за връзки с обществеността, децентрализирано. Вижте, централизира се политика, методите са децентрализирани обаче – това ще бъде подходът на тази нова медийна политика. Ефективността на медиите – да се засили. Защо да не се използват наистина и националните медии? Да постигнем ефективност. До каква целева група и с каква сила стигат посланията на военните медии? Но за мен военните медии, с изключение на в. „Българска армия“ и Военното издателство, са само инструменти, дали ще бъде Интернет, телевизия, спътникова телевизия или радио – това е инструмент. За Министерство на отбраната трябва един принцип – ефективност.

По отношение на целенасочената борба или кампания срещу отбраната – това, който го твърди означава, че е идентифицирал и националното предателство. Защото от ниска образованост, от липса на чувство за историзъм, много глупости се

правят, обаче „целенасочена борба” – това е вече страшно. Онова, което каза ген. Цветков – необходима ни е настъпателна политика. Ами в тая медийна политика трябва ясно да бъде казано, а не само празни приказки. Трябва да се обединим всички. Това правителство за два месеца, колкото и да е, успя да направи един буфер между предишното правителство и следващото. Политиката по принцип казва как да се направят нещата, как да се постигнат някакви цели. Но стратегията е онази, която да определи как да се постигнат целите, чрез какви ресурси, по какъв начин тия ресурси ще бъдат използвани и всичко трябва да бъде в хармония. Целите са общо взето ясни, политиката ще каже по какъв начин, но ресурсите са малко неясни.