



Българската телеграфна агенция (БТА) е националната информационна агенция на България. Нейният приоритет е да предоставя чрез емисиите си обективна информация. Кореспондентската мрежа на БТА в страната и чужбина се развива постоянно и е едно от най-сериозните ѝ предимства.

### ПАЗАР

Всекидневно БТА публикува над 1200 информации и повече от 700 снимки от страната и чужбина. Наред с информационните си и фотографските си емисии, БТА издава и седмичното списание „Паралели“, месечното „ЛИК“, „100%“ и вестник „Мисия“.

Абонати на емисиите на БТА, които изцяло покриват международните, регионалните и националните новини, са всички гържавни институции, всички национални печатни и електронни медии, както и корпоративни клиенти.

### ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

БТА и нейните печатни издания са носители на много награди, най-престижната от които беше присъдена на агенцията през 2006 г. – Голямата награда „Черноризец Храбър“ за принос в българската журналистика. Сред другите важни призове са Специалната награда на журито от международния фестивал в Албена за списанията „ЛИК“ и „Паралели“ за подкрепа на българската култура, отличието за изданието „100%“ от Националния дворец на културата, наградата на списание „ЛИК“ от Международния салон на изкуствата в София и др.

### ПРОДУКТЪТ

Въпреки разнообразните дейности и услуги, предлагани от БТА, нейният приоритет е да предоставя чрез емисиите си обективна и навременна информация. БТА излъчва над двадесет всекидневни и седмични емисии, сред които: „Вътрешни новини“, „Международни новини“, „Балкани“, „Икономика“, „Спорт“, „Канал новини“, „Ана-

лизи и прогнози“, „Електронен пресклипинг“ и др. Има издания на английски, най-успешното от които е Daily news – всекидневен бюлетин, разпространяван предимно сред дипломатическия корпус в България. За пълна и подробна информация БТА ползва и услугите на световни информационни агенции като Ройтерс, Асошиейтед Прес, ИТАР-ТАСС, ДПА, Франс Прес и др. Фото-емисията публикува над 700 снимки на ден, голяма част от които са от международни събития, предадени от агентите АП, ЕПА и Синхуа.

„ЛИК“ е единственото месечно издание за култура и изкуство в България с подчертан аналитичен интерес към киното, литературата, музиката, изобразителното изкуство, фотографията, архитектурата и публицистиката. Автори в него са популярни български интелектуалци, а текстовете за световните процеси в изкуството са от значими арт издания.

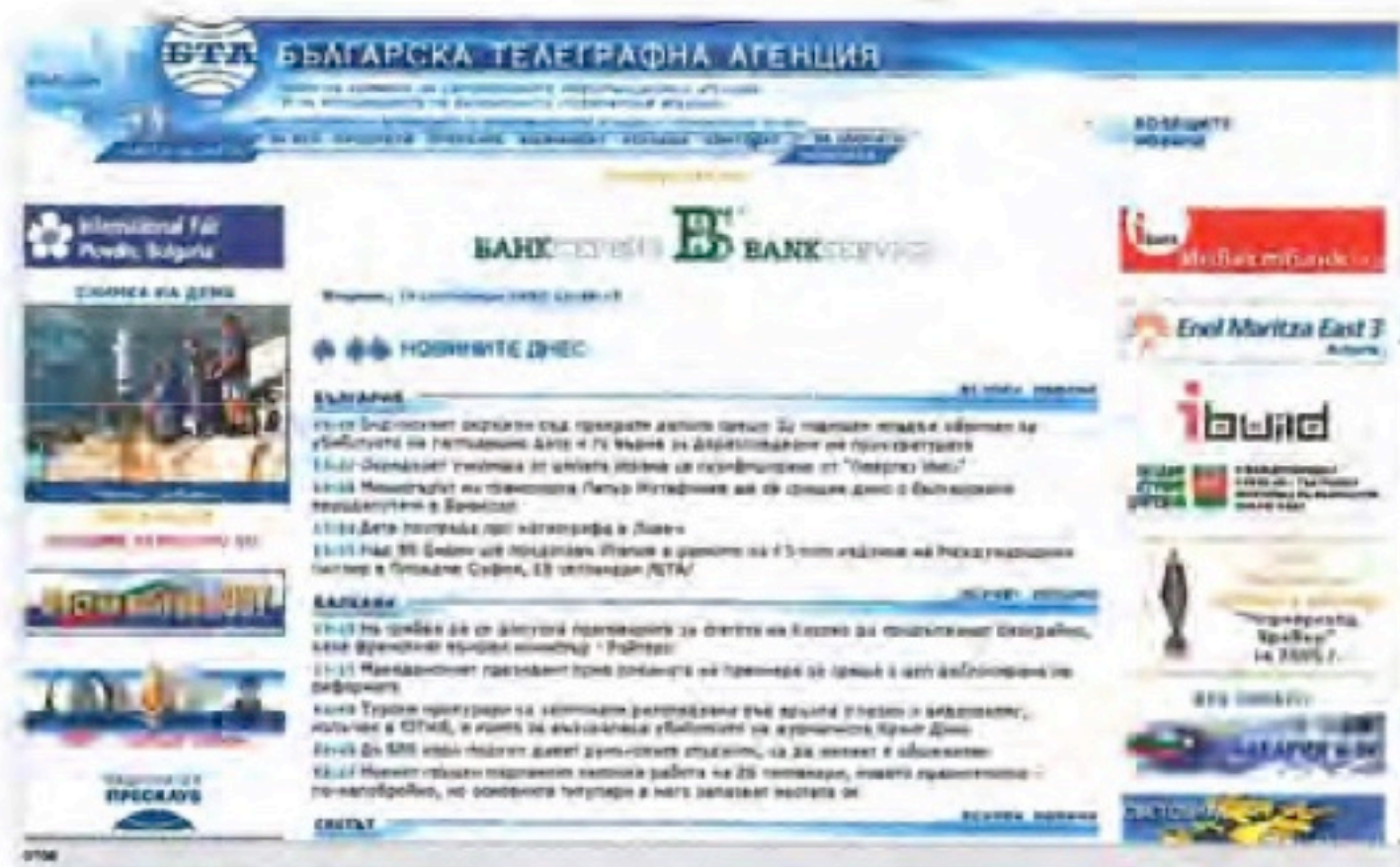
„Паралели“ е семейното седмично списание на българина вече 43 години. Всеки четвъртък се разпространяват между 20 000 и 25 000 броя, които се продават предимно в големите и средните градове на страната. Читателите на „Паралели“ са на възраст 18–60 години, с добри финансови възможности и мобилен начин на живот.

Вестник „Мисия“ е единственото специализирано издание за българските военни мисии в чужбина. То се разпространява безплатно два пъти месечно до българските военни части извън страната и до техните семейства.



### СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

През юни 1994 г. Народното събрание на България одобрява статута на БТА, според който тя е автономна национална информационна организация, чийто генерален директор се избира от парламента. БТА се финансира от продажба на информационни продукти, реклама и фиксирана гържавна субсидия. От 1996 г. започва изграждането на мрежа за електронен обмен на информация – за улеснение на абонатите на агенцията, а през 1997 г. е пуснат в обръщение и сайтът на БТА [www.bta.bg](http://www.bta.bg). Той е печелил две награди – за най-добър електронен информационен сайт в България, както и за най-добър в Европа.



### 1898

На 27 януари с декрет номер 28 княз Фердинанд обявява създаването на гържавна информационна агенция – БТА. Първият ѝ директор е издателят Оскар Искандер. За разлика от повечето частни информационни агенции до това време, БТА като гържавна агенция получава субсидия в рамките на 20 000 лева в първата година на съществуването си. До Първата световна война тя черпи международните си информации от две основни световни агенции: Хавас, Париж, и Ройтерс, Лондон.

### 1952

Създаден е отделът „Пресфото“.

### 1957

През март БТА започва излъчването на телетипни новинарски услуги. От този момент нататък се осъществява и друга технологична реформа, свързана с начина на предаване на информации – БТА преминава от морз към радиотелетип. Пишещата машина навлиза във всекидневната работа на агенцията точно в този период и остава в употреба до 1980 г., когато в отдел „Международни новини“ се внасят първите компютри.

От 2003 г. агенцията предприема разнообразни действия, за да улесни и създаде повече удобства не само на клиентите си, но и на печатните и електронните медии като цяло. Отделни секции на сайта следят в развитие актуалните теми от гения. Бяха пуснати няколко нови емисии, сред които „Българска община“ – регионална емисия, и „Водещи новини“ – кратки анонси. Емисиите на английски език, от които има все по-голяма необходимост във връзка с присъединяването на България към Европейския съюз (ЕС), са в процес на реформиране и подновяване.

Същевременно БТА, следвайки принципа си за изграждане на обективен образ на България в света, разшири международните си връзки и сключи договори за сътрудничество с едни от най-влиятелните агенции като Франс Прес, Асошиейтед Прес, Ројтерс, ИТАР-ТАСС, АНСА, Киодо, ТАНИОГ и др. БТА е член на Европейската асоциация на информационните агенции, както и на Балканската и Черноморската асоциация на агенциите.

Едно от най-успешните нововъведения в структурата на БТА е изграждането на мрежа от пресклубове в страната. През 2003 г. беше открит ремонтираният Национален пресклуб на БТА в София. Той е оборудван с модерна техника и предоставя всички необходими удобства за провеждането на пресконференции, семинари, презентации. Пресклубът в столицата бързо се превърна в основно място за организиране на разнообразни събития и в средата на 2007 г. отпразнува 2000-ата си пресконференция. След него БТА откри нови пресклубове в големите областни градове: Велико Търново, Видин, Пловдив, Хасково, Бургас, Пазарджик и Стара Загора.

## ПРОМОЦИЯ

БТА непрекъснато осъществява кампании и инициативи в подкрепа на българската журналистика и култура.

Сред основните събития, организирани от агенцията и превърнали се вече в традиция, са световните срещи на българските медии. Първата среща се проведе през 2005 г. в София, втората – през 2006 г. в Чикаго, САЩ, а третата – в Рим и Ватикана през



### 1958

БТА вече получава новини от осемнадесет международни агенции. Същата година тя изпраща първите си десет кореспонденти в чужбина.

### 1965

Месечното списание „Наука и техника“ започва да излиза на 6 януари, но е затворено през 1991 г. „ЛИК“ излиза от 1965 г. до 1992 г., но през 1998 г. издаването му е подновено. Двуседмичното издание „Светът в снимки и карикатури“ също започва да излиза през 1965 г.

### 1970

„Светът в снимки и карикатури“ е преименувано на „Паралели“ и става седмично.



2007 г. Целта на срещите е инициране на диалог между българските медии по света и колегите им от България, с активното участие и на българските държавни институции и бизнеса. Традиционно в тези събирания, освен медии, се включват и представители на културните, академичните и бизнес среди в България, както и на българското правителство.

В резултат от провежданите срещи беше създадена Асоциация на българските медии по света, поставяща си за цел обмяната на опит между журналистите от страната и чужбина, по-активно участие на българите зад граница в процесите, случващи се в България, и др.

Друга инициатива, насочена към международната общност във връзка с поканата към България и Румъния за членство в ЕС, беше осъществена през 2006 г. Световният съвет на информационните агенции се състоя от 27 до 30 септември в София. Той събра генералните директори и главните редактори на най-влиятелните световни медии като: Ројтерс, Асошиейтед Прес, ИТАР-ТАСС, Франс Прес, Синхуа, Киодо, АПА, АНА и МПА, ДПА. Президентът Георги Първанов, министър-председателят Сергей Станишев, министърът на външните работи Ивайло Калфин, председателят на Народното събрание Георги Пирински и кметът на София Бойко Борисов се включиха активно в програмата на срещата. Само два дни след доклада на Европейската комисия, от който стана ясно, че България и Румъния ще бъдат приети в ЕС, София събра световните лидери на информацията. Това бе не само шанс за България да докаже пред световната медийна общност, че е готова за членство в ЕС, но и признание за страната, както и за БТА с повереното ѝ домакинство на събитие от такава величина. Наред с тези инициативи, насочени към българите зад граница и към международната общност като цяло, БТА стартира поредица от събития с регионален характер. Тяхната

цел е насърчаване на сътрудничеството на Балканите в сферата на културата и медиите. През октомври 2006 г. БТА и списание „ЛИК“ организираха Балкански литературен семинар в София, а през октомври 2007 г. агенцията в сътрудничество с МИА (Македонската информационна агенция), Скопие, реализира Балкански медийен форум по повод



бъдещото членство на Албания, Македония и Хърватия в НАТО и медийните практики на другите балкански страни по пътя им към членството.

## ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Основният приоритет на националната информационна агенция е да предава бързо и ефективно потвърдена и проверена информация до клиентите си и крайния читател. БТА отстоява и една основна за България мисия – изграждането на обективен образ на страната по света.

[www.bta.bg](http://www.bta.bg)

## Факти, които не знаете за БТА

БТА е информационна агенция, която през всичките 108 години не е променяла името си.

Първият нюзрум в България е изграден в БТА през 1970 г.

Агенцията притежава най-големия снимков архив в страната с над пет милиона снимки от 1952 г. досега.

БТА е първата медия в България, сключила застраховката „Медийни рискове“.

В агенцията се работи с петнадесет чужди езика, сред които китайски, арабски, гръцки, турски, полски, чешки и унгарски.