

**РЕЛИГИОЗНИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ В ЕПОХАТА НА  
ДИГИТАЛНИТЕ МЕДИИ: ВЪЗМОЖНОСТИ И  
ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА**

**Мартин Кирилов**

**RELIGIOUS ORGANIZATIONS IN THE AGE OF  
DIGITAL MEDIA:  
OPPORTUNITIES AND CHALLENGES**

**Martin Kirilov**

**Резюме:** Радио- и телевизионните религиозни канали изпълняват важна функция за всеки вярващ – те запознават зрителите с различни аспекти на духовния живот, като се опитват да помогнат и на онези, които по някаква причина не са в състояние да посещават храмовете. В това изследване ще бъде направен опит за проследяване развитието на радио- и телевизионните канали на религиозните организации, както и съвременните предизвикателства, които са поставени пред тях във връзка с цифровизацията, конвергенцията и интернет базираните медии. Ще разгледаме и религиозното медийно позициониране у нас, появата на първите радио- и телевизионни предавания за религия, както и съвременните тенденции и проблеми, пред които са изправени днешните родни медийни канали на вярващите.

**Ключови думи:** медия, религия, радио, телевизия, Интернет

**Abstract:** The religious radio and television channels play an important role for every believer - they introduce to the viewers various aspects of the spiritual life, trying to help also those who, for some reason, are unable to attend the temples. In this study, an attempt will be made to follow the development of the radio and television channels of religious organizations, as well as the current challenges facing them in relation to digitalization, convergence and Internet-based media. We will also look at the religious media positioning in our country, the appearance of the first radio and TV shows dedicated to the religion, as well as the current trends and problems faced by today's native media channels of the believers.

**Keywords:** media, religion, radio, television, Internet

В това изследване се опитвам да проследя как, по какъв начин и с помощта на какви медийни методи и средства религиозните организации успяват да създадат радио или телевизионен канал, а и успешно да го развиват в условията на безмилостна конкуренция и борба за всеки потребител. Не на последно място – могат ли чрез своя медийен продукт религиите да изпълнят основната си цел – да

предизвикат любопитство и интерес към вярата, която проповядват, както да привличат свои нови последователи и съмишленици за каузите си?

Интересно е да се проследи успяват ли да отговорят въобще тези медии на високите изисквания на съвременния читател, слушател, зрител?

### **Увод**

В момента в Интернет можем да открием около една дузина религиозни онлайн радиостанции и 5-6 религиозни телевизии, излъчващи на български език.

Предизвикателствата пред религиозните медии са от различно естество. От една страна са необходими подготвени хора, които освен поне базов журналистически опит е нужно да са много добре запознати със спецификите и каноните на конкретната религия. От друга страна са чисто организационните особености, като необходимостта от помещение, от студийно оборудване, както и от технически грамотен екип, който да може да работи с тази техника.

Нека да не забравяме и факта, че създателите на религиозните медии в повечето случаи при стартирането им не разполагат с голям капитал, нямат, а и не се очаква да имат и в бъдеще, приходи от реклама или от някаква държавна издръжка, такси и т.н., а разчитат предимно на собствени усилия и средства, както и на евентуални дарения.

### **Историческо развитие**

У нас религията присъства в програмната схема на Българското национално радио още от самото му начало. Интересни са спомените за този период на първия говорител, назначен на щатна работа в Радио София – Петър Витанов: „Освен редовните предавания на божествена служба, радиото предава

религиозни сказки, църковен календар, художествени творби с религиозно-нравствено съдържание, духовни концерти и други...“

И още: „Няма църковно събитие, няма празник, който да не е стигнал по радио вълните до Македония, Добруджа, Тракия и навсякъде, където има православни българи, откъснати от родината. Няма ден микрофонът да не напомни на мало и голямо поне една християнска добродетел. (...) По този начин радиото осъществява ония мисионерски задачи, които са най-близко до сърцето на българския народ. (...) Примерът на Радио София бе последван от гръцката патриаршия, която въведе църковна служба в програмите на Радио Атина“ (Витанов, 1940: 17-18).

За първо излъчване на църковна пропаганда по радиото у нас се счита датата 27 март 1932 г., когато видинският митрополит Неофит чете пред микрофона своята беседа „Гласът на историята за ролята на църквата“. Този факт отбелязва в книгата си „История на радиото в България“ авторът ѝ Веселин Димитров. Ето какво още добавя той: „...Подобни начални изяви се виждат и на 3 и 7 април същата година. „Църковен вестник“ не пропуска да извести че от „известно време“ висши йерарси и духовници държат по радиото религиозни сказки и че почти всеки празник хорът на г. Иван Лютов дава „духовни концерти“ (Димитров, 1994:191). Преките предавания на неделните служби от катедралния храм „Александър Невски“ се осъществяват за първи път на 13 май 1931 г.

Активното взаимодействие на националното радио с Църквата продължава до 9 септември 1944 г., когато, с идването на новата власт, всичко коренно се променя, както пише Радомир Чолаков: „Държавният преврат на 9 септември 1944 година започна със завладяването на сградите на Министерството на войната, на Министерството на вътрешните работи и на Българското радио, откъдето е прочетена програмата на новото правителство на Отечествения фронт. Още същия ден, чрез Първата наредба,

издадена от това правителство се създава Министерство на пропагандата, на което е подчинено радиото“ (Чолаков, 2000:28).

Спрените предавания веднага след 9-ти септември 1944 г. биват възстановени, но не след дълго ръководството на Радиото, в унисон с атеистичната програма, наложена от партията, започва постепенното им премахване.

През следващия близо половин век България е под управление на Българската комунистическа партия и радиото в тези години е употребявано предимно за пропаганда на властта и успехите на партията. За религия в ефира и дума не може да става в този период и вярващите могат да разчитат единствено на специализираните предавания на български език на някои от големите чуждестранни радио станции, като „Радио Ватикана“, Би Би Си, „Дойче веле“, „Свободна Европа“, „Гласът на Америка“ и др. Изброените станции са обявени за „вражески“ от народната власт и се предприемат сериозни мерки за заглушаването им с различни мощни технически средства.

В доклад на „Радио Свободна Европа“ (РСЕ) от 1968 г. се твърди, че върху всяка честота, на която се излъчва програмата на български език, работят по шест или седем станции, излъчващи смущения. Във всички доклади се отбелязва, че предаванията на български са най-силно заглушавани. България е единствената страна в Източна Европа, заглушаваща „Радио Ватикана“ (Бутовски, 2018).

Българската редакция на Радио Ватикана започва работа на 21 ноември 1949 г. До 1989 г. функциите ѝ са насочени към духовна подкрепа не само на католиците, а и на всички българи по време на комунистическия режим. Това е времето на преследвания срещу католиците и на информационно затъмнение.

Първото предаване на Би Би Си на български език е осъществено на 7 февруари 1940 г. Много хора започват да слушат

„Радио Лондон“ като алтернатива на официалната пропаганда. Едно от най-популярните предавания на религиозна тематика по това време е „Религия и вяра“, излъчвано по Би Би Си с автор и водещ Радко Попов. Със своите над 600 предавания, свързани с християнството и исляма българската редакция на известната британска медия поддържа вярата и духа на сънародниците ни по света (bnr.bg, 2020).

Интересен извор на информация за този период откриваме в част от разсекретените доклади на Държавна сигурност, която изкъсо следи тези програми и дава подробни отчети. Материалите са много, някои все още не са достъпни и предстои тяхното подробно проучване, но ето един малък откъс от доклад за едно не толкова популярно радио: „С подчертана антикомунистическа и антибългарска насоченост се отличават емисиите на радио „Лисабон“. Чрез него предават две „независими“ радиостанции – „Транс-Европа“ с пощенски адрес в Швейцария и радио „Иберия“, с пощенски адрес в Швеция.

В ежедневните половинчасови емисии по радио „Лисабон“ системно се използват записи на религиозни проповеди и други материали, изготвени в САЩ и Швеция от изменниците на родината братята пастори Харалан и Ладин Попови и Стефан Банков, функционери на реакционните религиозни организации „Славянска религиозна мисия“, със седалище в Швеция и „Подмолен евангелизъм“, със седалище в САЩ.

Въпреки религиозната тематика, емисиите на радио „Лисабон“ на български език имат яростен антикомунистически характер. Под форма на религиозни проповеди винаги се третира обществено-политически въпроси от нашата действителност. Постоянно се призовава да бъде изградено „ново общество“ и „нов човек“ на основата на религиозните схващания за добро, хуманност, милосърдие. Същевременно се отправят клевети по

адрес на социалистическия обществен строй в страната, като го наричат безправен, диктаторски и др. Без изключение, всички социалистически държави се обвиняват, че репресират своите граждани заради религиозните им убеждения. Пропагандират се различни религиозни схващания, насочени против марксистко-ленинската идеология, комунистическия морал, против обществения и държавния строй в НРБ и други антикомунистически идеи“ (comdos.bg, 2014).

В Държавна сигурност се правят и някои статистически изследвания на предаванията, от които може доста да се научи: „В сравнение с предходния период нарасна броят на материалите от 6 на 16% за „правата на човека“, засягащи пряко нашата страна. За това увеличение допринесоха предаванията за разпространената у нас от ИР Антон Кръстев „Декларация – 78“ за смъртта на Г. Марков и В. Симеонов, честване на 25-годишнината на Българската патриаршия и др. Отправиха се искания за излъчване на религиозни предавания от Българското радио. Засилиха се директните нападки против органите на МВР и ДС за „погазване на законността“ в НРБ. Зачестиха и материалите, насочени срещу политиката на БКП по националния въпрос, свързани главно с т.н. македонски проблем“ (comdos.bg, 2014).

С демократичните промени у нас, настъпили след 10 ноември 1989 г. започват и промените в разпространението на радио- и телевизионната дейност. В журналистическите среди все по-често се обсъждат идеите за частни радио и телевизионни канали. Обаче поради редица законови неясноти и неуредици първият лиценз за радиочестота е издаден чак три години след началото на Демокрацията. Това се случва на 15.10.1992 г. На тази дата в България се появява първото частно радио – „Радио FM+“.

Радиостанциите в следващите години постепенно увеличават своя брой и към края на хилядолетието вече са около 20 само за територията на София.

Темата за религията, дълги години премълчавана и отхвърляна от атеистичния комунистически режим, отново започва да набира популярност сред жадното за промени общество. В страната бързо навлизат и биват приветствани от хората и медиите много нови религиозни движения и учения, а традиционно присъстващите вероизповедания и техните дейци взимат участие дори и в организирането и ръководството на някои от новосъздаващите се политически партии.

Медийният, а и обществен интерес към новите религии е голям. Чести гости на различни предавания са религиозни дейци, започват да се появяват и специализирани радио и телевизионни предавания за религия, за окултизъм, за паранормалното, за екстрасенси и за всичко по-различно, необичайно и привличащо любопитството на аудиторията.

Не закъсняват и проблемите – разкол в Българската православна църква, а и в Мюфтийството. Организиран се родителски комитети на пострадали деца от различни сектантски влияния, а на редица религиозни движения се отказва достъп до предавания и невъзможност за изказване на тяхната позиция и тяхното мнение в медиите.

Назрява моментът за независими и специализирани медии, предназначени и създавани само и единствено за нуждите на конкретната религия. Отначало се появяват множество печатни издания – списания и вестници, а с масовото навлизане и на Интернет във все повече български домакинства, се появяват и първите български уеб страници на религиозна тематика. За жалост наличната информация за старта на уеб медиите на вероизповеданията у нас е оскъдна.

За да се обхване максимално голям брой от населението на държавата, е необходимо да се достигне до националния ефир чрез собствена религиозна радиостанция или телевизионна програма. Религиозните дейци са наясно, че при този ограничен ефирен ресурс и тежки законови изисквания, а и не малки такси, трудно биха се преборили за лиценз с останалите желаещи – големи компании или медийни групировки.

За голямата конкуренция, която се явява на всеки конкурс за лиценз можем да прочетем в статията „Трима за една честота“ на Велислава Попова за изданието „Капитал“: „Свободните честоти в осемте града са общо 71 и при подадените 236 заявления следва, че трима кандидати се борят за една честота. В София 37 фирми са подали документи за участие, но свободните честоти са само 10. Реално конкуренцията ще е много по-голяма, защото от тези 10 честоти в столицата за шест или седем е сигурно от кого ще бъдат заети.“ И още: „Документи за честота в София е подала и фирма „Глас надежда“, която ще прави религиозна програма. Християнското радио „Гласът на надеждата“ дори се рекламира в Интернет като „адвентно радио“, т.е. станция на „Църквата на адвентистите от седмия ден“. Съдружници във фирмата кандидат са фондация „Асоциация за религиозна свобода“ и национален алианс „Обединени божии църкви“. (...) Религиозните станции са разпространени по света, но поради ограничения честотен ресурс адвентистите едва ли ще получат възможност да излъчват официално у нас“ (Попова, 2000).

В статията подробно е описана пъстрата палитра и на останалите кандидати за лиценз от цялата страна. Още преди 20 години тя ни дава ясна представа за ситуацията, а и логичната прогноза за неуспех на религиозна организация да се „пребори“ с останалите „акули“ за част от националния или поне регионален ефир.



Дейците на вярата не са от хората, които лесно се отказват от мисията си и продължават, подпомогнати от новите технологии, да работят активно за популяризиране на своите религии. През последното десетилетие онлайн пространството е тяхното основно поле на изява, но не са се отказали и от идеята за национално ефирно покритие за своите специализирани медии, както ще видим малко по-късно.

### **Религиозни онлайн медии, включени в това изследване**

Тук ще се спрем на няколко религиозни медии, които представляват български християнски вероизповедания. Сред тях са за: християнска музика, публикувана на сайта на онлайн радио, един канал на пастор и неговите проповеди онлайн или когато не е онлайн – на запис, и, накрая, два телевизионни канала с национално покритие по кабел и сателит, предлагащи пълноценна специализирана 24 часова християнска програма.

Защо подбрах именно тези медии?

Всяка от изброените е подходила по различен начин по отношение на използваните платформи както за разпространение на „сигнала“ (примерно – по интернет, по кабел, сателит и т.н.), така и по отношение на уникалност и оригиналност на предлаганото медийно програмно съдържание.



Илюстрация 1 (Скриншот на Facebook страницата на Радио Ел Шадай)

Онлайн радио „Ел Шадай“ (в превод – всемогъщия Бог) е типичен музикален канал. Оригиналото и различното е, че излъчва авторски песни на български, с християнска протестантска насоченост ([zeno.fm/radio-el-shadai](http://zeno.fm/radio-el-shadai)). Слушателите могат да го слушат както на компютър, така и на смартфон или таблет от онлайн пространството, а и чрез мобилно приложение за онлайн радиостанции от типа на ZenoFm, TuneIn и др.

Интересен акцент при радио „Ел Шадай“ е, че разполага с YouTube канал, на който песните, вече представени под формата на видеоклипове, могат и да се гледат с доста високо HD качество. Тоест, тук имаме вече нещо като хибрид между уеб радио и уеб телевизия.

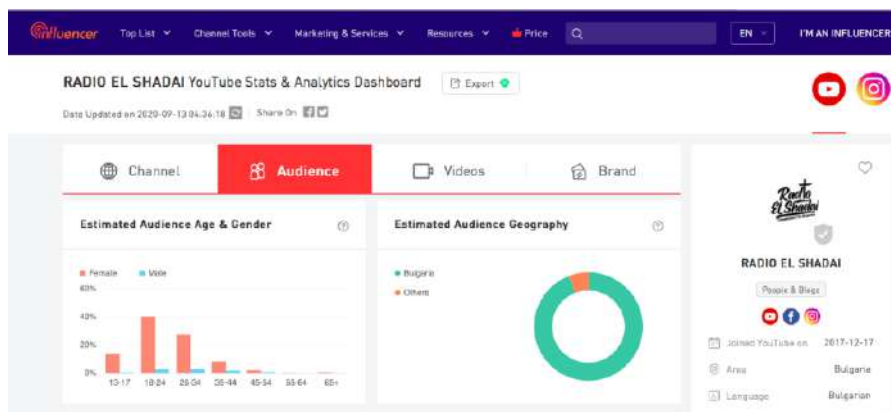


Илюстрация 2 (Скриншот от YouTube канал на Радио „Ел Шадай“)

Най-атрактивното в тази медия е самото съдържание и според мен на него се дължат многобройните редовни потребители (абонати) и гледания на YouTube канала им (над 3,6 милиона на клип), както показва примерът от илюстрация 2.

Мелодиите по радио „Ел Шадай“ са оригинална смесица на християнско учение, миксирано с поп или дори попфолк музикални мотиви. Нещо като български вариант на популярната госпъл музика в Америка.

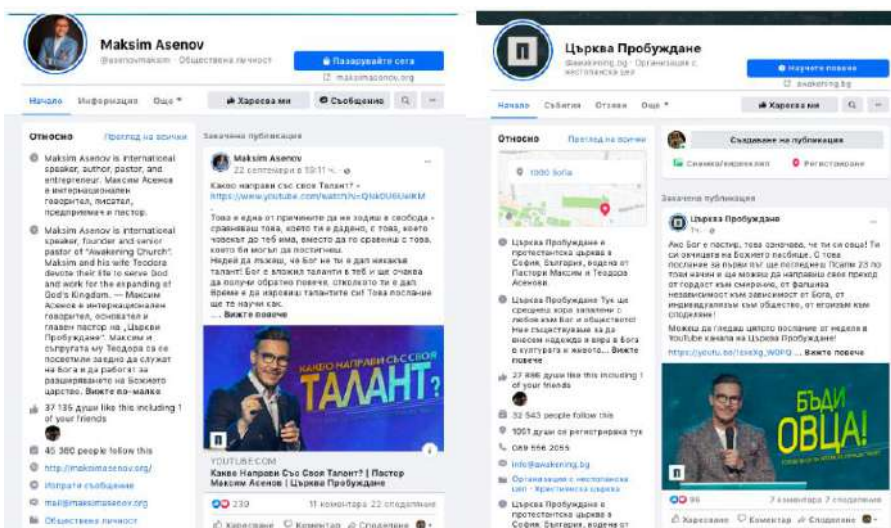
Интересен факт е, че явно тази музика се харесва повече на нежната половинка:



Графика 1 (noxinfluencer.com)

От този пример е видно, че хората зад онлайн радиото „Ел Шадаи“ са намерили оригинален и различен начин на представяне и популяризиране на своите вярвания, който да привлича нови млади хора към тяхната църква. На графиката виждаме и средната възраст на слушателите / зрителите, както и че повечето от тях са от България.

За разлика от онлайн радиото, вторият участник в това проучване е на пръв поглед съвсем обикновен.



Илюстрации 3 и 4 (Скриншот от Facebook страници – лична и на църква „Пробуждане“)

Става въпрос за пастор Максим Асенов – млад мъж, на 28 години, живеещ в софийския квартал „Факултета“, прочул се като най-младия пастор и основател на протестантската църква „Пробуждане“. Много може да се каже за този феномен, с безспорни лидерски качества и убедително дар слово.

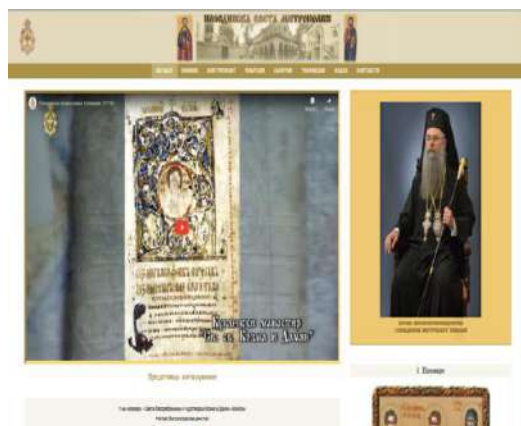
Именно благодарение на харизмата си и възможността да въздейства на всички, неговата църква, уебсайт и YouTube канал се радват на огромна популярност (близо 4 милиона гледания, както ще се види от статистическите данни в YouTube канала на Асенов, поместени по-долу). През последните месеци, вероятно инспириран от условията на пандемия, пасторът работи и върху още един свой проект – Детска църква „Пробуждане“ с отделен YouTube канал, който постепенно набира популярност.

Затова го изтъквам като един пример за съвсем различен и много успешен подход към спечелване на аудиторията. Силата на Максим Асенов не е толкова в технологиите и медийното отразяване, а в неговите лични качества. Той може да бъде забелязан да говори на живо както сред препълнена голяма зала от хора, така и на улицата, нещо, което, както знаем, са практикували проповедниците от хиляди години. Успехът на този християнски лидер вероятно съвсем скоро ще го постави на едно от водещите места в класациите за най-разпознаваемите личности в Интернет или на така наречените инфлуенсъри в България.

Със своя проект Максим Асенов ни доказва, че не винаги парите и технологиите, а най-вече личностните качества на лидера все още са определящо звено за успеха на всяко начинание, независимо от областта – религия, политика, шоубизнес.

В третия пример са включени две български религиозни телевизии, защото именно те успяват да достигнат до възможността предаванията им да станат достъпни за почти всеки зрител, разполагащ с телевизор, тоест – стават с национално покритие.

Първият „пробив“ на национално ниво е направен от страна на Българската православна църква. На 11 февруари 2010 г. през уеб страницата на Пловдивска митрополия започва своето излъчване „Пловдивска православна телевизия“. На 10 декември 2010 г. с Удостоверение № 01-145, издадено от Съвета за електронни медии, „Пловдивската православна телевизия“ получава лиценз за излъчване на своята програма чрез кабелни електронни съобщителни мрежи и сателит в областите Пловдив, Пазарджик, Смолян, Хасково и Кърджали. Одобреният програмен профил е специализиран – културно-образователен. Дневната продължителност на излъчване е 24 часа. Така, по-малко от една година след официалното си стартиране, ППТВ навлиза в нов етап от своето развитие. Наред с излъчването по интернет, телевизията на Пловдивската света митрополия вече може да бъде гледана и по кабел с тенденцията да стане достъпна за аудиторията на цялата Пловдивска епархия. От 2013 г. програмата на ППТВ се излъчва и от спътник за цяла Европа (по данни на [predavatel.com](http://predavatel.com)).

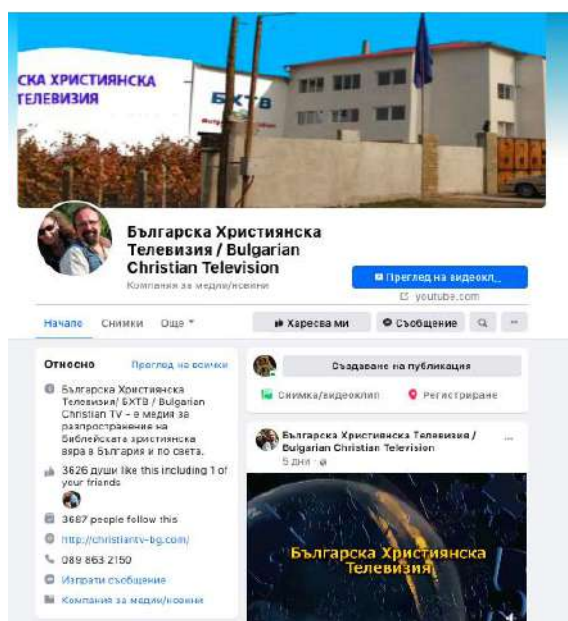


Илюстрация 5 (скрийншот от страницата [plovdivskamitropolia.bg](http://plovdivskamitropolia.bg))

Пет години след първия религиозен телевизионен канал с национално покритие по кабел и сателит у нас се появява и втори

такъв. На 7 май 2015 г. започва излъчването на Българска християнска телевизия(БХТВ).

БХТВ е протестантска телевизия, изградена и собственост на Благовест Белев, която той определя като дом за всички християни. В онлайн версията на телевизията има обособени три отделни канала, като един е за прякото предаване, което тече и по кабел, и по сателит. Вторият канал е със записи на минали предавания, а по трети канал текат видеоклипове с религиозна музика.



Илюстрация 6 (Скриншот от Facebook страницата на БХТВ)

БХТВ разполага с национален лиценз за кабелно и сателитно излъчване, има и цяла обособена сграда със студия, екип и всичко необходимо за една професионална телевизия ([bhtv.eu/about-us](http://bhtv.eu/about-us))

БХТВ и Пловдивска православна телевизия имат възможност да достигат не само до своите редовни зрители, но и до много нови, които са абонати на кабелния и/или сателитния оператор, примерно абонатите на Булсатком. Не е никак маловажен и фактът, че повечето големи национални кабелни оператори преди време бяха закупени и вече са част от телекомите (Виваком и А1). Съответно

техните клиенти, а и самите абонати на мобилните оператори са също потенциални нови зрители на религиозните телевизии, които са част от пакета предлагани канали. Нещо повече – чрез мобилните си приложения (Tv Go на Виваком и Explore TV на A1), тези канали могат да бъдат гледани и на мобилни устройства (телефони, таблети и лаптопи) и то с много добро HD качество, позволявайки на потребителя да следи програмата навсякъде, дори и в движение, използвайки при това мобилната интернет връзка на същите телекоми. Освен това приложенията предлагат на зрителя и редица допълнителни интерактивни услуги, като: пауза, превъртане напред и назад, запис, търсене на предаване, отложено гледане, гледане на предавания, които са минали вече (до 7 дни назад), поръчка на филми и предавания по каталог и много други.

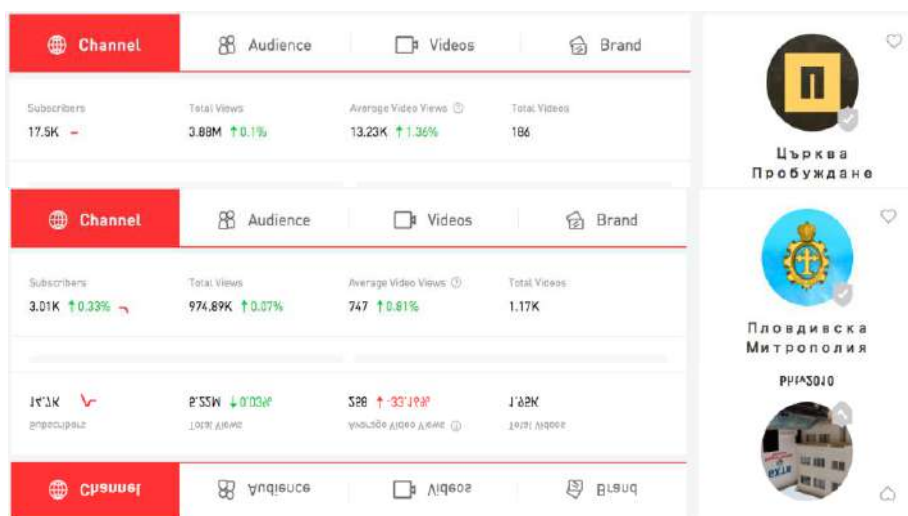
Достигането на две религиозни медии до национално и (чрез сателита) международно покритие е сравнително ново явление за страната ни. То е и ключово за доближаване и „изравняване на силите“ с големите и утвърдени с десетилетия национални светски медии.

Всичко това, съчетано с бърз 4G, а скоро и с ултра бърз 5G мобилен интернет „изстрелва“, казано образно, телевизиите от пакета на телекомите (сред които са и гореизброените религиозни) на съвсем друго ниво, ниво на модерни интерактивни медии.

### **Статистически данни за YouTube каналите на изследваните медии**







Илюстрация 7 (Скриншот от noxinfluencer.com)

Както показват данните, изследваните религиозни медии имат добра гледаемост. Най-много посещения (близо 13 милиона) са регистрирани в YouTube канала на радио „Ел Шадай“. Това е обяснимо и вероятно се дължи най-вече на качествените видеоклипове и музика и на желанието на зрителите да си ги възпроизвеждат отново и отново.

Почти четири милиона гледания са отчетени в канала на църквата „Пробуждане“ на пастор Максим Асенов. Тук трябва да се има предвид, че освен този канал Асенов „произвежда“ съдържание и за личния си канал, както и за новия си проект за детска църква. Друга важна разлика е, че видео материалите на Асенов са предимно записи на негови проповеди, а не са музикални видео клипове на много и различни артисти, както в канала на радио „Ел Шадай“. Разлика има и в броя на качените отделни видеа, като в канала на радиото те са 504, а в църква „Пробуждане“, те са едва 186.

Все пак не може да се отрече феномена на това как един протестантски пастор успява да събере няколко милиона гледания за своите проповеди и то в православна България.

Споменавайки православието, нека погледнем данните на Пловдивската православна телевизия. Там имаме около милион гледания за отчетения период. Тук е важно да припомним, че YouTube каналът на тази медия се явява по-скоро архив на техните онлайн, кабелни, сателитни и мобилни предавания. В този своеобразен архив, според статистиките се съдържат 1170 отделни видеоматериала. Програмата е с национално покритие и се гледа в реално време. Там зрителите са хиляди всеки ден, но статистическа информация за точната бройка абонати на този етап не бе открита.

При БХТВ имаме 5,2 милиона отчетени гледания при 1950 качени видеа на техния YouTube канал. Протестантската телевизия, както бе споменато, също е с национален лиценз и гледанията са предимно на живо – съответно: онлайн, по кабел, сателит и на мобилни устройства, а само записите са на канала в YouTube.

На какво се дължи голямата преднина от над четири милиона повече гледания, в сравнение с православния телевизионен канал? Според моите наблюдения това е така, защото БХТВ използва богатата видео колекция от проповеди и филми на протестантската общност от целия свят, за разлика от пловдивската медия, която разчита преди всичко на производството на собствена продукция и записи от фонда на Българската православна църква.

Като обобщение – при първия пример с онлайн радиото виждаме, че медията дължи своя успех най-вече на уникалната си авторска религиозна музика, която се харесва и въздейства на потребителите.

Във втория пример ясно се откроява фигурата на харизматичния пастор, който дори и без технически средства, само с помощта на словото си, може да привлече сериозна аудитория.

При третия и четвъртия примери с Пловдивска православна телевизия и Българска християнска телевизия целта е постигната комплексно – с помощта на възможно най-голям арсенал от

технологични услуги, да бъдат привлечени и възможно най-много зрители.

И четирите разгледани уебсайта редовно се обновяват и поддържат модерна визия и адаптивен дизайн, тоест – визуализират се добре на всякакви крайни устройства. Качените видео файлове в YouTube каналите на медиите са с много добро качество по отношение на звук и картина. Най-осезателно това се наблюдава при онлайн радиото. Силна и бърза е и обратната връзка чрез социалните мрежи, които са изпъстрени с хиляди последователи, множество коментари и харесвания.

Според статистиките и четирите уеб сайта изглежда, че се справят с мисията си и успяват не само да поддържат интереса на публиката, но и да привличат нови последователи за своите каузи.

Ясно е, че с тези няколко примера не може да се обхване голямото разнообразие от методи и средства, използвани от десетките религиозни сайтове у нас. Преди всичко разгледаните четири медии представят по свой оригинален начин изпълнението на повечето от ключовите изисквания, които предявяват потребителите към даден модерен уебсайт.

Една от целите на проучването е да се обърне внимание на това, че производството на една медия е не само технологичен процес, а е много сложна съвкупност както от лични качества и умения, така и от голяма доза изобретателност, а и късмет. Вярващите вероятно биха добавили и че успехът основно се дължи на Божията промисъл.

Понякога дори финансирането не е решаващо, а по-скоро е важна оригиналната, отличаващата идея и нестандартните решения по осъществяването ѝ.

В крайна сметка за привличането на днешния потребител помагат както всички най-нови достижения на техниката, така и някои традиционни, доказали се в хилядолетната практика на

човешкото общуване, практики. Намирането на формулата за правилното им съчетание е ключово за успеха на всяка нова медия.

**Използвана литература:**

**ВИТАНОВ**, Петър (1940). *Радио София в снимки и репортажи*. София. [Vitanov, Peter (1940). *Radio Sofia v snimki i reportazhi*]

**ДИМИТРОВ**, Веселин (1994). *История на радиото в България*. Том 1. София: Витраж. [Dimitrov, Veselin (1994). *Istoriya na radioto v Bgaria. Sofia: Vitrazh*]

**ЧОЛАКОВ**, Радомир (2000). *Право на радио- и телевизионните организации в България*. София: Сиела [Cholakov, Radomir (2000). *Pravo na radio- i televizionnite organizatsii v Bgaria*]

**Използвани източници:**

**БУТОВСКИ**, Иван (2018). България най-дълго заглушава „Свободна Европа“. *168 часа*. <<https://www.168chasa.bg/article/6978784>>.

**ДИМИТРОВА**, Елена (2020) Журналист разказва в книга за тайните на Би Би Си. *БНР*. <<https://bnr.bg/burgas/post/101240284/balgarski-jurnalist-razkazva-v-kniga-za-tainite-na-bi-bi-si>>

**ДЪРЖАВНА СИГУРНОСТ И „ВРАЖЕСКИТЕ“ РАДИОСТАНЦИИ** (2014) *comdos.bg* <<https://comdos.bg/media/Nashite%20izdania/sbornik%2014/CD-14.pdf>>

**Интернет страница на Пловдивската света митрополия**. <<http://www.plovdivskamitropolia.bg>>

**ПОПОВА**, Велислава (2000). Трима за една честота. *Капитал* <[https://www.capital.bg/biznes/media\\_i\\_reklama/2000/08/04/204260\\_trima\\_za\\_edna\\_hestota/](https://www.capital.bg/biznes/media_i_reklama/2000/08/04/204260_trima_za_edna_hestota/)>

**RADIO EL SHADAI YouTube Stats & Analytics Dashboard** (2020) <https://www.noxinfluencer.com/youtube/channel/UCAmZkJnn5ETq4SI0Yb38oQg?tab=subs>

**Facebook страница на „Радио Ел Шадай“**. <<https://www.facebook.com/radio.el.shadai>>.

**YouTube канал на радио „Ел Шадай“**. видеоклип „Хваля Те“. <<https://www.youtube.com/watch?v=L3cVgW0lrjQ>>

**Facebook страница на Максим Асенов** <<https://www.facebook.com/asenovmaksim>>.

**Facebook страница на църква „Пробуждане“**. <<https://www.facebook.com/awakening.bg>>

**Facebook страница на БХТВ**. <https://www.facebook.com/Българска-Християнска-Телевизия-Bulgarian-Christian-Television-739236132757706>

**Мартин Кирилов** е докторант в катедра „Радио и телевизия“ на ФЖМК с научен ръководител доц. д.н.Вяра Ангелова. Завършил е магистратура „Онлайн журналистика и медии“ в същия факултет. В момента работи над дисертация на тема “Религиозни онлайн медии в България 2019–2022 г.(Типологизация на медийните образи и съдържания)”.

**Martin Kirilov** is a PhD student at the ‘Radio and Television’ Department of FJMC, under the supervision of Assoc. Prof. Vyara Angelova, Dr. Habil. He holds a Master’s degree in ‘Online journalism and media’ from the same faculty. He is currently working on a dissertation on „Religious online media in Bulgaria 2019–2022 (Typology of media images and contents)“.