

РАДИОТО НЯМА ДА УМРЕ!

КОНЦЕПЦИЯ

*за утвърждаване на водещите обществени и медийни позиции
на Българското национално радио през второто десетилетие на XXI в. –
в съответствие с новите технологии и възможностите на интернет*

Иво Тодоров

2013

I. Свободата на словото. Развитие на БНР като обществена медия

Радиото няма да умре! Поне през следващите три години. Защо – ще стане дума само след малко ☺

Преди всичко искам да подчертая, че за да има радио, трябва да има свобода на словото. Това е една от най-значимите ценности на демократичните общества. Свободата на словото гарантира на БНР възможността да се развива като обществена медия. Журналистите в БНР могат да изразяват мнението си открито, без цензура или автоцензура. А в ситуации на кризи особено важно е поведението на медиите.

Един от основните белези на посттоталитарните общества е остатъчният страх от угодата в полза на едноличната власт, който постепенно се трансформира в страх и желание за угода на новите власти. Автоцензурата, носител на която са по-старите поколения, и опитите за внушаването ѝ на по-младите, е явление много по-страшно от самия страх. Авторегулаторният механизъм прави журналистиката безволева. А свободните медии са съвременните народни будители. И Българското национално радио доказва това през последните 23 години.

Работя като журналист от 1990 г. Това беше детската ми мечта. Хубаво е, когато мечтите се сбъдват. Радвам се, че откакто работя в БНР, вече 6-та година, като нещатен автор, първо водещ на петъчния „Добър ден” по програма „Христо Ботев” (за външна политика), а след това водещ на „Нашият ден” – новия сутрешен блок, нито веднъж НЕ СЪМ СЕ ПОЧУВСТВАЛ НЕСВОБОДЕН в ефир. Тази свобода на духа и на речта бих искал да остане и през следващите години като основополагащ стимул за развитието на журналистиката в БНР. Свобода, която аз самият - като личност и като журналист, съм се научил да отстоявам и да уважавам.

Както е записано в Препоръка СМ/Рес (2012) 1, одобрена и приета от Комитета на министрите на 15.02.2012 г. на 1134-то събрание на представителите, свободата на словото и правото да се търси и получава информация са едни от основните принципи за функционирането на истинската демокрация. В Декларацията на Комитета на министрите за управлението на обществените медии, приета в същия ден, се посочва, че медиите са най-важното средство за свободата на изразяване в обществената сфера, което позволява на хората да упражняват правото си на търсене и получаване на информация.

Но тази свобода не ни е дадена изначално и завинаги. И като журналисти я защитаваме всеки ден. В частните медии водещи са корпоративните интереси. И за щастие, на фона на негативните класации за свободата на словото в България, никой няма съмнения в свободомислието на служителите в БНР.

Радиото е медия, която има голяма социална роля. Особено в по-малките населени места, и то в слабите в икономическо отношение райони, то може да помогне на хората да формират общности, в които заедно да решават конкретни проблеми, да ги ориентира и информира за пазара на труда и др.

Успехът на БНР през последните няколко години като рейтинг сред аудиторията постепенно върна доверието в обществените медии в България. Слушателите се чувстват част от програмите - чрез директните телефони, чрез навлизането на програмите в социалните мрежи и благодарение на бързата и добра репортерска реакция на слушателски сигнали. Връщането на общественото доверие – и то в директна, неравностойна конкуренция с комерсиалните радиостанции, е знак, че радиоаудиторията оценява усилията на екипите на отделните програми в БНР. И моето намерение е тази политика на откритост и свободен достъп на слушателите до ефира да продължи, вкл. чрез нови форми за комуникация, като „слушателски репортажи“ напр. Това би дало нови възможности за обратна връзка с аудиторията.

Според мен БНР не бива да се страхува „да се комерсиализира“. Повече за това – в следващия раздел.

II. Организация и управление на БНР

В досегашната работа и функциониране на БНР като ръководство и мениджмънт има изградени традиции и добро диференциране на задълженията и отговорностите на Генералния директор, Управителния съвет, Програмния директор, Изпълнителния директор, на директорите на отделните програми и на Съвета на директорите - като структура и организация. Затова смятам, че резки промени не биха били от полза.

За да може БНР да функционира като пълноценна медия, много е важно доброто сътрудничество между отделните звена на управление при зачитане на принципа на екипност и единодействие в работата на Управителния съвет,

Програмния съвет и Съвета на директорите. С оглед на необходимата оптимизация и реструктуриране, важно е да се засили ролята на експертните и общественно-консултативните съвети – Обществения съвет на БНР, Съвета за технологично развитие и цифровизация, както и да се развие идеята на предишния управленски екип за някаква форма на консултативен орган, в който да бъдат включени слушатели на БНР.

Бих дал повече свобода при прилагането на продуцентския принцип в управлението на отделните програми. Необходимо е оптимизиране в управлението на РРС-тата, радио София и радио България. Динамизиране в дейността на Рекламно-издателската къща на БНР. Доразвиване на заложените досега промени в мениджмънта на дирекция „Музикална продукция и състави”.

Радиото е много динамична и тежка за управление медия - 11 радиостанции, 6 музикални формации, концерти, партньорства, денонощен режим на работа. Имам 21 години опит в радио и знам колко важна е адекватната политика на управление на една електронна медия.

III. Програмно развитие на Българското национално радио

Радиото няма да умре! Да, няма. Защото въпреки яростната конкуренция на интернет, то остава „жива” и оперативна медия. Не малка част от аудиторията на БНР са по-възрастните хора, които нямат достъп и умения за работа с интернет. Те са верни слушатели. Но това не означава, че трябва да бъдат приемани за даденост. От друга страна трябва да се работи за спечелване на по-младите българи, особено таргета 20+. Дигитализацията не е основното предизвикателство пред БНР като обществена медия. По-голямото предизвикателство са качествените и интересни програми, които може да бъдат предложени на радиопазара от БНР.

През последните няколко мандата от управлението на генералните директори на БНР беше сложено началото на съвременна и динамична програмна линия на „Хоризонт” и „Христо Ботев”, а интернет радио Бинар много бързо успя да намери добър пазар сред потенциалната аудитория в нета. Наскоро Радио Шумен отбеляза 40-тия си юбилей, а през месец май се навършва 1 г. от старта на най-новата, 8-ма регионална радиостанция - в Бургас. Това е третата такава станция, която БНР

пусна през последните години (Радио София, 2007 г. и Радио Видин, 2009 г.) и втората в много важен крайграничен район.

В „Хоризонт” има добре утвърдени програмни линии – сутрин, обед, вечер и нощна. В „Христо Ботев” от пролетта на 2001 г. се работи в тази посока. Сутрешният блок „Нашият ден”, който обедини старите „Утро” и „Добър ден” в голяма, 4-часова програма, е приет изключително добре от слушателите, същото е и в следобедната линия. Досегашното ползотворно сътрудничество на БНР с регионалните радиостанции осигури и нощната линия по Ботев, но според мен е необходимо да бъдат продуцирани нови вечерно-нощни и уикенд програми. За това – след малко.

Както вече споменах, БНР като единна медия не бива да се страхува „да се комерсиализира”. Преди да стана водещ в БНР, съм работил в 4 частни радиостанции с различни профили. И мисля, че моят опит, натрупан там, може да бъде от полза в управлението на БНР и при структуриране на динамична и модерна програма. Бих заложил промени в съботно-неделните програми. Медийният телевизионен уикенд в момента е пренаситен от политически токшоу програми и няма грам fun & entertainment. А радиото е прекият конкурент на телевизията. БНР би могло да предложи нови, забавни, с добро настроение и направени с вкус уикенд програми. И да се разработят нови модули с водещи по двойки – жена и мъж, което би разнообразило, и в добрия смисъл - комерсиализирало звученето. Мисля, че пренасищането на медиите с политици води до оттегляне на аудиторията. Същото важи за сутрешните радио и ТВ блокове. Което не създава настроение за „добро утро”. Не е отстъпление и не е ретро, сутрешните блокове по БНР да бъдат с по-малко политика. С приятно присъствие на водещите, създавайки позитивна нагласа за новия ден, с усмивка. С повече социални, човешки теми, истории от 1-во лице. Което, разбира се, не отменя опцията за актуална реакция при събитие или новина в развитие.

„Старите”, добре познати гости са проблем на всички медии. Едни и същи, всеки ден, навсякъде. Бих работил за това да се представят „нови” гласове, нови гости и събеседници. Аудиторията ще оцени усилено да намериш „неизконсумиран” гост.

Бих работил и за по-силно и въздействащо присъствие в програмите на радиотеатъра, вкл. намиране на форми за комерсиалното му тиражиране – CD, DVD, мултимедийни проекти, излизане от чисто звуковия образ на радиото. Важно е присъствието в програмите на специализирани предавания за хората с увреждания, за младите, за децата - с адекватна обратна връзка и добър маркетинг.

Радио Бинар бележи бързи резултати, като привлича интернет потребителите с разнообразна, динамична и гъвкава програма, благодарение и на своя сайт. Бъдещето е в такива крос-медия проекти. .

Предстои не малко работа по развитието и модернизирването на регионалните радиостанции, уеднаквяването на стандартите за работещите в тях. Важно е уеднаквяването в цялостното звучене на БНР – от София и от регионите – като говор, като обозначителни сигнали и цялостен звуков фон. Трябва да се оптимизира кореспондентската мрежа в страната. И да се подновят кореспондентските пунктове в Европа.

Благодарение на работата ми в БНР пред последните 5-6 години съм пряк свидетел на това как в радиото се създава постепенно нов, корпоративен дух. Той заменя старото, негласно съперничество между различните гилдии, между журналисти и музикални редактори напр, както и между „Хоризонт“ и „Христо Ботев“. Днес противостоещото го няма, журналисти от „Хоризонт“ слушат предавания на „Хр. Ботев“ и обратното. Доказателство за успешното позициониране на програмите на БНР е фактът, че те са с добри показатели в рейтингите. Анализ на слушателската активност обаче показва и за двете програми, че има значим отлив на аудитория през летните месеци през последните няколко години. А лятото е време за музика. Радиото предлага музика априори.

Това е много важна тема. Програмите не бива да се превръщат в тотален говор. Радиото създава приятно настроение, особено чрез музиката. Не са излишни стандартите музика/говор - 60/40.

IV. БНР като най-големия продуцент на култура

През последните години БНР се превърна в един от най-големите медийни партньори на културни събития и най-големия продуцент на българска култура, основно музика и драматургия. Залите с концертите на музикалните състави на БНР

са винаги пълни. И тази добра практика трябва да продължи. В дирекция „Музикална продукция и състави“ съществуват следните творчески единици: а) Симфоничен оркестър на БНР; б) Оркестър за народна музика на БНР; в) Смесен хор на БНР; г) Детски радиохор; д) Вокална група „Радиодеца“. Една от важните задачи, които предстоят, е тяхното запазване като формации и осигуряване на финансиране за творческото им развитие.

Трябва да се подобри дистрибуцията на продуктите, които издава БНР: аудио CD, книги и др. Не се използва добре новият рекламно-информационен център, на входа на радиото. Може да се намерят и нови форми за крос-медия и да се продуцират такива продукти, напр. радиотеатър на DVD, audio book, video book и др.

IV. Българското национално радио и интернет пространството

В БНР продължава процесът по дигитализация на архивите. Изгражда се електронна музикална картотека, започна преоборудване и на „Златния фонд“, но с дигитализацията на архивите има изоставане.

Второто десетилетие на XXI век е време на големи технологични новости. Факт са първите прототипи на Google Glass, дигитални очила с много опции. Постоянно се появяват нови модели смартфони и таблети, на които цялата информация е достъпна с няколко кликания. Това изисква адекватно поведение и приспособяване от страна на радиото.

Сайтът на БНР успешно работи като медия в медията. На него подробно са отразени програмите на „Хоризонт“ и „Хр. Ботев“, вкл. някои от тях със звукови файлове, които се плейват лесно. Банер препраща към портала на интернет радио Бинар, който също е богат на текстова и аудио информация, вкл. извънефирна продукция. Би ми се искало сайтът www.bnr.bg да се развие в посока предоставяне на потребителите на повече аудио информация, а не само текст. На сайта да бъдат налични и лесно достъпни всички основни програми - като аудио архив.

Чрез своята рекламно-издателска къща, за която по-подробно ще стане дума в следващия раздел, БНР вече продава свои записи в интернет през най-големите е-платформи като iTunes, Amazon и др. Разработените програми дават възможност за download на цял албум, download на отделен трек или стрийминг на отделен трек,

като записите са с високо художествено качество и с широк жанров и репертоарен диапазон – студийни и live изпълнения. Това е една ценна възможност за популяризиране и разпространение на българската музика.

Същото може да се направи и с ценните аудио записи, които БНР съхранява в богатата си фонотека и в Златния фонд. Гласовете на известни българи, които вече не са между живите, звучат в програмите на БНР само по повод на техни годишнини. А няма нищо по-въздействащо от гласа на един човек. Искане ми се да се разработи възможност за качването на записи от фонда - на сайта на БНР, като поради своята ценност и ексклузивитет, биха могли да не са със свободен достъп, а с някакъв вид такса, подобно на свалянето на музика чрез големите световни е-платформи. Така те биха могли да бъдат достъпни и за българските учители напр. и полезни в обучението по литература или музика. Едно е да четеш „Гераците”, друго е да чуеш гласа на Елин Пелин. Едно е да слушаш рапсодия „Вардар”, друго е да чуеш Панчо Владигеров...

Доколкото знам, няма разработена мобилна версия на сайта на БНР – www.mbnr.bg. Тя би дала на потребителите на смартфони и планшети по-бърз начин за достъп до сайта. Може да се разработят определени app-ове (приложения). Някои ТВ канали вече предлагат безплатни такива през Play Store на Google.

VI. Технологично развитие на БНР

Развитието на БНР в областта на техниката и технологиите е от изключителна важност за престижа на медията в динамичната интерактивна среда. Няколко са неотложни задачи, свързани с техниката и технологиите за развитието на БНР, вкл. техниката, свързана със обработката, записа и пресъздаването на звуковата среда.

Още през 2008 г. БНР започна излъчвания по технологиите DVB-T и DRM, така че вече има изпреварващ опит. Цифровизацията на студийната база е от голяма степен на важност. Преоборудването на продукционните студийни комплекси в София е в начален етап. Прехвърлянето на програма „Хоризонт”, програма „Христо Ботев” и радио София в шестте нови студийни комплекси с използване в пълна степен на най-модерните съвременни радиотехнологии е факт. Реконструкцията е единствена по мащаба си от 1973 г. насам. От 11 април интернет радио „Бинар“ вече

излъчва от напълно обновения нов студийен комплекс, който е съобразен с изискванията на радиотеливизионната интернет медия. Дигитализирането на останалите студия и кабинни ще подобри значително условията за качеството и увеличаване на обема на музикалната и драматична продукция, изработвана в БНР. Необходимо е преоборудването и обновяването на ефирните студия в регионалните радиостанции.

За да бъде цифровизиран цялостно технологичния процес, което ще подобри значително работата в медията, е необходимо разработването и реализацията на технологичен модел за преминаване изцяло на цифров пренос на сигналите между студийните обекти, регионалните радиостанции и Централна апаратна на БНР. Трябва да се разработи план за цифровизацията на изключително ценния архив с музикални и литературно-драматични записи, с който разполага фонотеката и „Златния фонд“ на БНР. В момента има над 150 000 магнетофонни ленти, които съхраняват информацията, но те непрекъснато губят своите технически параметри и качествени показатели. За да може най-старата медия в България да съхрани тази безценна база данни е необходимо осигуряването на технологична възможност и финансови средства. Тези записи носят историческата памет, която трябва да бъде съхранена и предадена на следващите поколения.

Проблемът за оптимизиране на мрежите от предаватели, излъчващи както националните програми, така също и програмите на регионалните радиостанции е актуален и в момента. В изминалите години УКВ-мрежата, която беше развита, вече гарантира над 90 % покритие на население и територия. Като част от антикризисните мерки и стимулиране на прехода към новите технологии БНР спря част от излъчванията на средни вълни. Успешната ни изпреварваща политика в развитието на УКВ-мрежата позволява покритието на тези райони да се прехвърли с по-добро качество в УКВ-режим. Според европейските експерти УКВ-излъчванията ще запазят актуалността си до 2020 г. За съжаление, все още има територии от България, където трудно се приемат програмите на БНР. За подобряване на покритието на пограничните райони с регионална програма е необходимо изграждането на нова регионална радиостанция в Кърджали. Заедно със създаването на такава в Плевен, ще се затвори един цикъл, започнат при предишния мандат.

Все още не е разрешен и проблемът със закупуването на нов подвижен звукозаписващ студийен комплекс, тъй като използваният сега е на повече от 30 години. Подобряването на технологичните модели и цифровизацията на техническото оборудване, необходими за извънстудийните радиопредавания на БНР ще повиши значително сигурността и качеството на тази продукция, като не бива да се забравя и техниката за външно озвучаване.

Цифровизацията на технологичното оборудване изисква прецизност и точност. Управлението на новите технологии и цифровата техника трябва да бъдат поддържани и усъвършенствани от качествени специалисти. Това налага създаването на система за подготовка на технически кадри, запознати във всеки момент с най-актуалното в областта, които професионално се справят с работата в новите условия. Осигуряването на технологични и технически възможности за увеличаване на обема и разнообразието на програмните продукти, излъчвани по интернет, ще разшири възможностите на БНР като интерактивна медия.

БНР започва кампания за популяризиране на цифровите технологии. В съответствие с изискванията на Декларацията от 27.08.2006 г. и Препоръка Rec/2007 от 31.01. 2007 г. на Комитета на министрите на Съвета на Европа и останалите европейски медийни директиви, БНР ще търси разнообразяване и разширяване на цифровите платформи в съответствие с националния план за цифровизация, като ще предложи и свое виждане и Стратегия за цифрово развитие на радиоизлъчванията.

VII. Финансиране на БНР, форми и механизми за контрол

Живеем във времена на криза – финансова, институционална, личностна. В приетия държавен бюджет за 2013-та непроменена остава определената за БНР сума - 42 млн. лв., което гарантира финансова стабилност на медията за 2012 г. Последните няколко години радиото изпълнява плана за собствените приходи, въпреки кризата и според изискванията на бюджета.

Както е записано в Закона за радиото и телевизията, Управителният съвет на БНР в рамките на бюджета си утвърждава бюджет на регионалните радиостанции и другите структурни звена. В приходите на бюджета на БНР постъпват: 1. финансиране от фонд "Радио и телевизия"; 2. субсидия от държавния бюджет; 3. собствени приходи от реклама и спонсорство; 4. постъпления от допълнителни

дейности, свързани с радио дейност; 5. дарения и завещания; 6. лихви и други приходи, свързани с радио дейност

В България има по принцип ниска разпознаваемост на медиите, но БНТ и БНР имат уникално наследство и е важно да не го изгубят, работейки в условия на криза и ограничени разходи.

Ето накратко някои идеи в посока финансиране на обществената медия БНР:

А) Национално ниво. 1. Обществена мисия в условията на криза - а) финансова стабилност и гарантиране на държавно финансиране (не по-ниски бюджети от предходната година, което е факт за бюджета на БНР); б) цифровизация и мисия на радиото - силно онлайн присъствие (комерсиално - всичко, или нишово - новини, публицистика и обществено значими неща); в) включване на 20+ аудиторията (много е важно!) предлагане на уникално съдържание (доколкото е възможно в условията на ограничен бюджет); г) отчетност пред институциите - особено на фона на атаките на частните медии и ниските бюджети; д) отчетност пред обществото за изпълнение на мисията.

Б) Наднационално ниво. 1. Продължаващо сътрудничеството с Асоциацията на европейските обществени радиостанции; 2. Отстояване на правото на обществено финансиране на европейско равнище. 3. Търсене на възможности за финансиране по еврофондовете и европейски програми.

Чрез концентрация в управлението може да се търси по-ефективен контрол и съкращаване на разходи. Чрез внедряването на нови технологии ще се оптимизира организацията на работа.

VIII. Епилог

Според някои западни медийни експерти, в яростната битка с интернет радиото може да изчезне като медия. Но след всичко казано до тук, аз съм убеден, че радиото няма да умре! ☺