

**СЛУШАТЕЛЯТ – АКТИВНИЯТ УЧАСТНИК В
РАДИОСЪДЪРЖАНИЕТО
ЕЛЕНИЦА МАРИНОВА**

**THE LISTENER IN THE ROLE OF AN ACTIVE PARTICIPANT IN
THE RADIO CONTENT
ELENITSA MARINOVA**

Резюме: Изследването си поставя за цел да проследи формите на контакт на аудиторията с радиото, а акцентът пада върху прякото участие на публиката в изготвянето на радиопрограмата. Анализът трябва да отговори на въпроса успяват ли слушателите да създадат свои форми на радиосъдържание, които да проявяват конкретни черти и могат ли те да бъдат назовани като „жанр“? Кога слушателите се намесват в радиосъдържанието и има ли изградена обратна връзка? От друга страна, изследването ще акцентира и върху кратка историческа справка, с която ще провери кои жанрове са направени, за да удовлетворяват именно потребностите на публиката, в кои предавания гласът на аудиторията може да бъде чул, откога слушателите се обръщат към радиото, за да споделят своите сигнали и проблеми, за чието разрешаване търсят журналистическо съдействие.

Ключови думи: радиосъдържание, аудитория, жанр, медия, обратна връзка

Summary: The research aims to track the format of audience's contact with the radio, and the focus is on the direct involvement of the audience in the development of the radio program. The analysis should also answer the question: Does the audience manage to create their own forms of radio content that show specific traits and could that be referred as “genre”? When listeners are becoming part of the radio content and is there a strong feedback? On the other hand, the research will also focus on a brief historical background to check out which genres are specially made to meet the needs of the audience, in which broadcasts the audience’s voice could be heard, since when listeners share their signals and issues, for which they seek journalistic assistance.

Key words: radio content, audience, genre, media, feedback.

Диалогът в радиоефира между водещ и слушател съвсем не е ново явление, възникнало през настоящото хилядолетие. Възможността представители на публиката да изразят своето мнение по актуални въпроси, рамо до рамо с журналистите пред микрофона, датира от 70-те години на миналия век, когато в ефира на програма „Хоризонт“ се появява предаването „Разговор с вас“. В седмичното предаване, създадено през 1972 година, се разискват актуалните за деня теми с включени открити телефонни линии, на които слушателите изразяват мнението си по обществените проблеми. Веселин Димитров отбелязва, че от 1981 г. предаванията на програма „Хоризонт“ на Българското радио започват със съобщаването на телефони, по които всеки може да каже по радиото свой въпрос, идея и задача (Димитров, 1985). И още: „Във всеки час на деня репортери и коментатори, редактори и кореспонденти са в личен досег със своята аудитория, хората ги познават.“ (Димитров, 1985: 107).

Настоящото изследване си поставя за цел да проследи участието на слушателите в предаването „Хоризонт за вас“, излъчвано по програма „Хоризонт“ на БНР през

периода юли-август 2019 г. За целта на изследването – да проследим основните форми на взаимоотношения между радиокомуникатор и слушател – е използвано разбирането за публика, изведено от Снежана Попова в „Радио, публика, стилове“ (2004).

Идентификация с радиопрограмата. Защо слушат „Хоризонт“?

Може да се обобщи, че причините слушателите да се включват в програмата със свои изказвания са предимно в три основни посоки: за да изразят доверието си от медията; да изразят доверието си във водещия; да използват идентификацията чрез радиото в самопредставянето си. От друга страна, радиокомуникаторите предизвикват слушателите чрез избора на теми в информационните и аналитичните предавания чрез поканата за музикален поздрав и с отговора си под формата на „репортаж по слушателски сигнал“.

Най-напред да разгледаме идентификацията чрез предаването при самопредставянето по радиото. Станимир Галимацов, Ивайловград: „Благодаря на радио „Хоризонт“, че Вие първи съобщихте новината относно „Фолксваген“, че ще отидат да инвестират в Турция“; „Слушам радио и знам“, споделя в разговор с водещия един от слушателите. Все още се наблюдава доминиращото представяне на „Хоризонт“ като „Българското национално радио“ – слушателите търсят съдействие от екип на „Хоризонт“, но казват „нека Радиото да провери“. И макар да променя своята концепция през годините, предаването се запазва като трибуна за народния глас, а един от използваните джингли гласи „Това е ХОРИЗОНТ ЗА ВАС – защото е важно да бъдете чути!“ Предаването поднася предимно социално-политическа информация, проследявайки основните събития от деня, и по традиция в началото на всяко едно издание дежурният водещ отбелязва следното: „Най-важната част от предаването – разговорите с Вас!“, и призовава: „Очакваме Вашите сигнали за казуси, които не може да решите сами, за трудности при срещите с институциите.“

Направеният за целите на това изследване анализ на слушателските обаждания в радиоефира в периода юли-август 2019 г. извежда на преден план няколко заключения за общуването с включване на слушатели в ефир:

На първо място, забелязва се периодичното участие на едни и същи слушатели, които са „абониранни“ за съответното предаване. Подобна форма на общуване се потвърждава и в изследвания период в реакциите на водещите.

Например, водещата Даниела Големинова, която разпознава слушателя от Русе Мариан Димитров по гласа и още преди той да се представи, реагира така: „Познах Ви“. Контактът с медията се превръща в ритуална дейност, свързана с повтаряща се схема, в която попадат навикът да се включва радиото и удовлетворяването на определени потребности (Попова, 1997). По думите на Вяра Ангелова, макар и немногобройни, тези активни слушатели съставят домашната среда на предаването. „Те предизвикват усещането, че общуването протича между добри познати, които се знаят по име, интереси, по общо преживени истории“ (Ангелова, 2009:87). В хода на изследването прави впечатление и друга особеност – хората не само изразяват своето мнение, но и разкриват своята индивидуалност. Цитираният автор подчертава, че за слушателя е важно не просто да се изкаже, но и да покаже себе си – да разкрие индивидуалността си, като по този начин за социално значими се налагат неговите собствени, ефирно писани автобиографии. Ето и поглед към самопредставянето на слушателите в ефир: „Д-р Бодуров е на телефона“; „Обажда се инженер Димитров от Силистра“; „Аз съм лекар с 46 години трудов стаж“. Въпреки че се включват в диалога с медиите не от позицията на експерти, а именно като обикновени хора, за тях е важно да ги идентифицират още в началото точно чрез постигнатото образование или професия. Това е вече анализирано явление от Ангелова, която смята, че подобно представяне повдига авторитета на личността. „Аргументирането на тезите чрез откриване на личностни характеристики обаче говори и за желание за изява на частното в публичното пространство. Автобиографът настоява да влезе в медиите не само с мнението си, но и с цялата си личност“ (Ангелова, 2009: 92).

Прави впечатление още, че някои слушатели търсят медията не само за да изразят своята позиция по водещите събития, маркирали отминаващата седмица, но и правят опит да привлекат последователи, поддръжници или съмишленици. Показателен е примерът с редовния слушател д-р Бодуров, който в няколко поредни предавания изразява своето съмнение за наличието на заболяването африканска чума по свинете. Той отбелязва следното: „И другото, което искам да кажа, и да го чуе целият народ! Ако действително има такова заразно, опасно заболяване, как смеят те да заравят труповете в земята, а не да ги изгарят? Защото след време отдолу подземното течение ще изкара заразата на повърхността.“ (БНР)

В такива случаи се придава особена сила на публичността, в която се изразява становището: „Тя го прави валидна. Превръща го от частен случай в общественозначим факт“ (Ангелова, 2009:93). Друг слушател се обръща за помощ към Българското национално радио, заради отказа от страна на местната власт да предостави на гражданите сведения по Закона за достъп до обществена информация: „Аз затова звъня и на Вас, защото Вие сте четвъртата власт, но на практика може би в Стара Загора ще се окажете и първата“ (БНР). Тези цитати потвърждават големите очаквания на аудиторията към обществената медия – те я възприемат като последната инстанция, която може да разреши проблемите им; разчитат, че даването на гласност в национален ефир ще привлече вниманието на отговорните институции, които ще се почувстват задължени да предприемат мерки.

Темите, които предизвикват слушателя да се обади

Сред водещите теми, които традиционно вълнуват аудиторията в изследвания от мен период, на преден план се открояват събития, свързани с политическия елит в страната. Дефиниция за т.нар. елитни групи дава Чарлз Райт Милс – „шепа хора, които могат да се съберат в средно голям кинозал, но държат в ръцете си мощни икономически, политически и военни лостове“ (цит. по Ангелова, 2009: 96). В коментарите на слушателите се открояват разнообразни възгледи, насочени както

към политиците, така и към престъпните групировки. Мадлен Кирчева от София казва: „Нас ни управляват невъзпитани хора, лишени от етика в отношенията, морални и духовни ценности“ (БНР). За „некадърни политици“ и проявено „нехайство“ от тяхна страна заговаря и редовният слушател на предаването д-р Бодуров, според когото управляващите ги е „еня повече за Балканския полуостров, за Западните Балкани и за ЕС, отколкото за България и за българското животновъдство“ (БНР). Сред останалите разисквани теми в национален ефир попадат още здравеопазването, слабият туристически сезон, както и нападенията от бездомни кучета. Инж. Димитров, Силистра: „На кого са курортите и подземните богатства? Това са „бандити“. Все по-лошо ще става, особено с тия закони, които приеха. Те са следствие на това оглупяване поне на две поколения след 10-ти ноември. Чака ни, предполагам, забрана на партии, жестока цензура и някои ще минат в нелегалност. Също така очаквам и тероризъм на всякакво ниво, защото няма кой да ни защити“ (БНР).

Друг слушател използва отново самопредставянето си, за да коментира: „Този министър е в голяма вреда за нашето здравеопазване. Аз съм лекар с 46 години трудов стаж. Едно здравеопазване няма нужда от такива реформи и не само, че има нужда от пари, ами от огромно количество пари. Борисов смени около стотина министри за 10 години и избра най-малко подходящия министър на здравеопазването!“ (БНР). Умишленото саботиране на държавата е тема, която предизвиква активна обратна връзка: „Дали няма хора и организации, които умишлено да работят против националните интереси в областта на туризма? Неуспешен сезон, невзети навременни мерки. Кой стои зад умишленото насочване на български туристи в съседна Гърция? Колко инвестиции са направени в гръцкия туризъм? Колко българи са собственици на хотели в Северна Гърция? България трябва да бъде почистена от местното население, за да се разпродадат имотите. В момента се изкупува нашата земя и българите вече не сме „добре дошли“ на нашата вече бивша територия“ (БНР).

Справка в Златния фонд на БНР показва, че тенденцията „властта“ да попада като тема с негативна конотация далеч не е ново явление: „Светът не се е променил ни една йота, политиците имат един и същи манталитет и си служат с един и същи речник“ – слушателско мнение, изразено в ефира на „Хоризонт“ през 1999 г.

„Това е в неговият стил – да говори едно, после друго, и се чудя по-нататък как този човек ще управлява българите“ – коментар, посветен на действията на тогавашния кмет на столицата Бойко Борисов, изразен по БНР през 2008 г.

„Ефирът трябва да бъде опазен от глупостите, които говорят депутатите като психопата Радев, който казва, че с 500 долара се е вдигнала заплатата. Това е пълна идиотщина. Аз като човек военен, майор по звание, не съм усетил такова нещо, пък да не говорим за хората от производството!“ – позиция, изразена през 2000 г.

Включването в разговора много често има конкретна цел: с речевия си акт слушателят иска да опази „чистотата на ефира“. В „Диалогови модели“ Жана Попова отбелязва, че слушателите възприемат разговора по радиото като институция, затова не одобряват изказването на всякакви мнения по тази медия – „не е приемливо говорене като на маса“, както казва един от слушателите на програмата, цитиран от нея през 2005 г. (Попова, 2013: 114-115).

Анализирайки диалога между слушателите и радиото, на преден план се откроява една основна характеристика – „доброволността на желанието за контакт с медията“. В хода на научно изследване, посветено на участието на аудиторията в медийната публичност, Вяра Ангелова стига до заключението, че е налице сериозно ценностно отместване на разговорите, заради екхибиционистичната потребност на „обикновения човек“ да говори за себе си. Тази потребност можем да проследим и в събрания корпус от предавания по БНР в настоящото изследване: Цвета Стойчева казва: „На 83 години съм и не съм ходила на почивка от 45 години. Заради финансови и лични причини“ (БНР). Изследването върху темите, които предизвикват слушателския отклик, потвърждава извода, направен тогава от Ангелова, че „обикновеният човек“ пречупва всяко значимо или несъществуващо обществено събитие през призмата на собствения си „аз“ (Ангелова, 2009: 92).

За целите на това изследване беше потърсено мнението на психолог, който дава обяснение на въпроса от какво е продиктувано желанието на слушателите да споделят в ефир своето мнение по актуални теми и въпроси, чието развитие не зависи от техния глас. Според Маргарита Бакрачева чрез тази чуваемост хората удовлетворяват една от основните потребности, които всеки един човек има. По думите ѝ хората се раждат с няколко базови потребности, сред които: да имат сигурност, да поддържат комуникация и добри връзки с околните, както и да запазят своето усещане, че имат контрол върху средата (интервю с Маргарита Бакрачева). Именно последната потребност – контролът върху средата, ги провокира да търсят медийна изява в национален ефир.

Извършеният анализ показва, че подборът на новините, представен в БНР, оказва въздействие върху желанието на слушателите да вземат участие в разговора. Информационните средства сами определят дневния си ред, като преценяват кое е важно и ще представлява интерес за публиката. Тяхната преценка често пъти е интуитивна, защото у нас проучвания за предпочитанията на аудиторията не се правят. Аудиторията, от своя страна, преценява важността на дадено събитие, спрямо количеството информация, която медията му отделя (Нейкова, 2003: 31). Потвърдена е и още една реакция, която предизвиква изборът на новините – слушателите изразяват своята защитна реакция. Като проява на вид защитна реакция може да бъде тълкувана и забелязаната тенденция в ефир да преобладават предимно отрицателните коментари.

Репортаж по „слушателски сигнал“

Както вече беше отбелязано, слушателите на програма „Хоризонт“ се обръщат към екипа на предаването не само за да изразят мнение по актуални обществени и политически въпроси, но и когато имат нужда от съдействие за разрешаване на свои проблеми. Това води и до журналистическия отговор да бъде направен репортаж по „слушателски сигнал“ – форма, която има своите традиции в БНР. В изследвания

период се появяват няколко подобни разработки на репортери на БНР, посветени на спадналото ниво на язовир Ивайловград, което, според слушателите, застрашава местния поминък; нарушено екологично равновесие около родопския язовир Голям Беглик, както и на отказа на отговорните институции да помогнат на жена в неравностойно положение да си намери постоянна работа. В рамките на изследвания период екипът на предаването приема сигнали за още казуси, с уверението, че те ще бъдат разработени от репортерите и кореспондентите в страната – нашествие от комари и съмнение за неправомерно усвоени от местната власт европейски средства в град Русе; пловдивският район „Северен“ потъва в мърсотия, сочи свидетелски разказ; както и сигнал за интимна връзка на кмета на Русе със заместник-кмета на общината: „С кого съжителства си е негов личен проблем, но когато става въпрос за заместник-кмет е проблем на закона за борба с корупцията. И ако това е вярно, защо досега не е освободил заместник-кметицата от поста, който заема? Радиото да го провери и да информира. Аз не твърдя, че е така, но така пише в сайта“ (БНР).

Музикалният поздрав като форма на обратна връзка

Въвличането на аудиторията в творческия процес на радиото намира проявление и под още една форма – чрез избора на музикални поздравии през ефирните телефони, на имейл и във фейсбук профила на предаването „Моята песен“. В рамките на два часа водещите удовлетворяват музикални капризи в стиловете поп и рок, а слушателите определят съдържанието на предаването, което е подчинено на техния музикален вкус. Слушателите споделят, че са привлечени от подбора на музикалните произведения: Величка Ганчева, Русе: „Искам да Ви кажа, че музиката която пускате, е балсам за нашите душички“; Николай Ненчев, Ловеч: „Всяка неделя съм с Вашето предаване и радио „Хоризонт“; Лора Чолакова от София: „Много обичам Вашето предаване, обожавам всички музикални произведения, които пускате, изключително приятно предаване с удоволствие го слушам!“; Иван

Димитров: „Здравейте! Харесвам много Вашето предаване, необяснимо е защо. Всички песни ги има в „Youtube“, но някак усещането да ги чуеш по легендарната програма „Хоризонт“ на БНР е съвсем друго.”

За да бъде активизирана аудиторията, трябва да е налице една съществена предпоставка – доверието, което публиката изпитва към радиокомуникатора, отбелязва Веселин Димитров. „Това доверие, първоначално възникнало след появата на интерес към предаването и към личността, която го олицетворява, се затвърдява в траен процес – ефект на доверието. След него вече верижно идва ефектът на съучастие и ефектът на съпричастност” (Димитров, 1985:109). Многобройни са речевите актове, които започват с израз на доверие към медията. Доверието, което слушателите изпитват към водещите на предаването, намира ясно проявление в думите: „Здравейте, г-жо Иванова! Приятелски поздрави от Район Южен, град Пловдив. Ваш редовен слушател съм и искам чрез Вас да поздравя всички екипи на „Хоризонт“, които започват в 6:00 и завършват в 6:00 денонощно. Да сте живи и здрави!“; Петкова, София: „Никога досега не съм се обаждала, макар че Ви слушам от не знам колко години. Много искам да поздравя целия Ви екип и кореспондентите Ви и Вас самите. Няма по обективна медия от Вашата. Слушам Ви с толкова много внимание, всичко което говорите е искрено и истинско.“

Изразяването на доверие в медията или доверие в радиоводещия

Важно обаче е да отчетем в изследването разграничението, което правят слушателите, между доверие в медията и доверие в конкретния водещ. Изявата на водещите, изпъкващи в радиоефира със своята персонификация, се коментира от слушателите: „Чест и почитания лично към Вас, много се радвам да Ви чувам в ефир, г-н Волгин! Това, което Ви правите лично, моите аплодисменти, справяте се много добре, защото давате различно мнение и гледна точка. Искам да Ви насърча да продължите да го правите и бих се радвал на лична среща с Вас“. Мануела Манлихерова отбелязва, че „Истинският водещ не се страхува да изрази

собственото си мнение и не се страхува от критиката на публиката“ (Манлихерова, 2014: 82).

В изследвания период водещите на предаването „Хоризонт за вас“ демонстрират, че имат какво да кажат на аудиторията и знаят как да го кажат, без да се притесняват от нападките по свой адрес. Водещата Снежана Иванова прочита в ефир критичното мнение на Захари Кирилов, изразено в страницата на предаването във Фейсбук. Според слушателя Иванова изразява своите политически пристрастия и по думите му, когато тя е в ефир, предаването трябва да се прекръсти на „Хоризонт за ГЕРБ“. В отговор водещата приканва слушателя да се обади и да разкритикува каквото и когото иска: „Няма да бъдете спрян, стига да спазвате добрия тон.“ Показателен е примерът с водещия на „Нещо повече“ Лъчезар Цветков, който, в отговор на упрека, че журналистите премълчават сведения около казуса с изтеклите лични данни от НАП („Вие журналистите, които иначе сте много чувствителни, ако ви питат какво сте вечеряли снощи, що не скачате бе, хора, айде веднъж и вие застанете на амбразурата и защитете българското общество“), заявява следното: „Чакайте, не е така! Ние по този казус говорим от момента, в който стана ясно, че се е случило това нещо. По цял ден почти в различни предавания с различни хора.“ Може да се обобщи, че упреците на слушателите предизвикват журналистите да очертават контурите на професионалните им стандарти, да описват и препотвърждават в какво се състои „нашата работа“.

Заклучение

Според Тодор Петев именно масовата аудитория се превръща във водещата страна, която „(...) определя от какви съобщения се нуждае, какво в тези съобщения отговаря на нейните актуални потребности и интереси и, накрая – какви комуникационни норми трябва да спазват професионалистите, за да намерят техните съобщения масов прием“ (Петев, 1979:87). Извършеният двумесечен анализ потвърждава, че десетилетия по-късно аудиторията продължава да бъде

въвлечена в творческия процес и успешно запазва ролята си на съучастник в радиосъдържание – поставяйки на дневен ред темите и въпросите, които я вълнуват. Наблюдава се още размяна на местата на „говорещ“ и „слушащ“ в радиодиалога, протичащ в национален ефир. От своя страна, медията кара слушателите да се чувстват важни и значими, защото търси и иска да чуе техния глас. Поддържането на постоянен контакт с аудиторията е продиктувано от принципа, изведен от Веселин Димитров за радиото в един друг исторически период, че: „(...) животворният извор за творчество в радиото и особено за несекваща връзка с живите потребности на хората са самите хора и тяхното излъчване“ (Димитров, 1985:106). Ако направим сравнение с изследването на Вяра Ангелова за радиото на новия век, то тогава „обикновеният човек“ се превръща в диктатор на медийното съдържание – той контролира, управлява и санкционира, но и го променя. „Експерти, политици и журналисти са принудени да съобразяват своите послания не само с езика на обикновените хора, но и с техните разбирания за живот. В този смисъл „обикновеният човек“ все повече се превръща в създател на нормативната култура, а не в неин потребител“ (Ангелова, 2009:85).

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

АНГЕЛОВА, Вяра (2009). Самопредставяне на обикновения човек в медиите. *Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски“*. Том 15. София: УИ „Св. Кл. Охридски“. /статия в сборник/. [Angelova, Vyara (2009). Samopredstavuyane na obiknoveniya chovek v mediite. *Godishnik na Sofiyskiya universitet ‘St. Kl. Ohridski*. Том 15. Sofia: Universitetsko izdatelstvo ‘St. Kl. Ohridski’]

ДИМИТРОВ, Веселин (1985). *Радио и личност*. София: УИ „Св. Кл. Охридски“. [Dimitrov, Veselin (1985). *Radio i lichnost*. Sofia: Universitetsko izdatelstvo ‘St. Kl. Ohridski’]

МАНЛИХЕРОВА, Мануела (2014). Персонализация в съвременното радио. В: Ангелова, Вяра, Мария Нейкова и Жана Попова (ред.) *Радио, разказ, реч. Юбилеен сборник в чест на проф. дсн Снежана Попова*. София: УИ „Св. Климент Охридски“, с. 79-85. [Manliherova, Manuela (2014). Personalizatsiya v savremennoto radio. V: Angelova, Vyara, Mariya Neykova, Zhana Popova (red.). *Radio, razkaz, rech. Yubileen sbornik v chest na prof. dsn Snezhana Popova*. Sofia: Universitetsko izdatelstvo ‘St. Kl. Ohridski’, s. 79-85]

НЕЙКОВА, Мария (2003). *Пресечна точка*. София: ИК Гeya. [Neykova, Maria (2003). *Presechna tochka*. Sofia: IK Geya]

ПЕТЕВ, Годор. (1979). *Към социологията на масовите комуникации*. София. [Petev, Todor (1979). *Kam sotsiologiyata na masovite komunikatsii*. Sofia]

ПОПОВА, Жана (2013). *Диалогови модели*. София: УИ „Св. Кл. Охридски“. [Popova, Zhana (2013). *Dialogovi modeli*. Sofia: Universitetsko izdatelstvo 'St. Kl. Ohridski']

ПОПОВА, Снежана (2004). *Радио, публикации, стилове*. София: ЛИК. [Popova, Snezhana (2004). *Radio, publikii, stilove*. Sofia: LIK]

ПОПОВА, Снежана (1997). *Радиокомуникация*. София: УИ „Св. Кл. Охридски“. [Popova, Snezhana (1997). *Radiokomunikatsiya*. Sofia: Universitetsko izdatelstvo 'St. Kl. Ohridski']

ИЗПОЛЗВАН ИЗТОЧНИК

ИНТЕРВЮ с доц. Маргарита Бакрачева, направено за целите на изследването.
[Intervyu s dots. Margarita Bakracheva, napraveno za tselite na izsledvaneto]