

**РАЗКЛАТЕНИТЕ СТЪЛБОВЕ НА ДЕМОКРАЦИЯТА –
ОБЩЕСТВЕНИТЕ МЕДИИ В ЮГОИЗТОЧНА
ЕВРОПА**

Ралица Ковачева

**THE SHAKY PILLARS OF DEMOCRACY – PUBLIC
SERVICE MEDIA IN SOUTH EAST EUROPE**

Ralitsa Kovacheva

Резюме: Рецензия на сборника „Стълб на демокрацията върху несигурна основа. Обществените медии в Югоизточна Европа“, издание на Медийната програма за Югоизточна Европа на фондация „Конрад Аденауер“. Книгата прави преглед на състоянието на обществените медии в 10-те страни, в които програмата работи (Албания, Босна и Херцеговина, България, Косово, Молдова, Румъния, Северна Македония, Сърбия, Хърватия и Черна Гора) плюс Германия.

Ключови думи: обществени медии, Югоизточна Европа, демокрация

Abstract: A review of the book " A Pillar of Democracy on Shaky Ground. Public Service Media in South East Europe", published by Konrad-Adenauer-Stiftung Media Programme South East Europe. The book gives an overview of public service media in the ten countries covered by the Media Programme of the Konrad-Adenauer-Stiftung (Albania, Bosnia and Herzegovina, Bulgaria, Kosovo, Moldova, Romania, North Macedonia, Serbia, Croatia and Montenegro) plus Germany.

Keywords: Public Service Media, South East Europe, Democracy

Обществата в Югоизточна Европа не припознават обществените медии като свои, а по-скоро ги приемат като държавни. Това е натрапващият се извод от сборника „Стълб на демокрацията върху несигурна основа. Обществените медии в Югоизточна Европа“, издание на Медийната програма за Югоизточна Европа на фондация „Конрад Аденауер“. Сборникът прави преглед на състоянието на обществените медии в 10-те страни, в които програмата работи (Албания, Босна и Херцеговина, България, Косово, Молдова, Румъния, Северна Македония, Сърбия,

Хърватия и Черна Гора), добавяйки и Германия като своеобразна референтна точка.

Анализите по държави са дело на местни изследователи, които добре познават историята и актуалните проблеми на обществените медии в своите страни. Реализирани са по сходна структура (историята на обществените медии, правната рамка, моделът на финансиране, организационните структури, дигитализацията, препоръки), което дава възможност на читателя бързо и лесно да прави съпоставки и сравнения. Несъмнено ценен принос е социологическото проучване, проведено по поръчка на фондация „Конрад Аденауер“ през май-юли 2019 г., което представя отношението на аудиторията към обществените радио и телевизионни оператори както в Югоизточна Европа като цяло, така и по държави.

Обществените медии в региона са изправени пред сходни предизвикателства, предвид общия политически контекст и споделеното минало – всичките десет държави са бивши социалистически държави (или наследници на такива, какъвто е случаят на държавите, създадени след разпадането на бивша Югославия), а една (Молдова) е бивша съветска република. На този фон съвсем логично пред всички стои въпросът за отношенията на обществените медии с държавата, както по линия на финансирането, така и що се отнася до осигуряването на независимостта от политическо влияние. В същото време се разкриват важни нюанси в проблемите и подходите, което не позволява да се правят прибързани и повърхностни обобщения за региона като цяло.

Социологическото проучване показва, че публиката оценява обществените медии като важни за демокрацията в своята страна – така мислят над 68% от респондентите в региона, като процентът е

значително по-висок в държавите, членуващи в ЕС (Fabijanić, Sittig, 2019: 20). В същото време средно 64,2% смятат, че обществените медии са политически зависими. На това мнение са 83% от гражданите на Хърватия (83%) и Босна и Херцеговина (88%) (Fabijanić, Sittig, 2019: 21). За разлика от Западна Европа, където доверието в обществените медии е традиционно високо (Matsa, 2018), в Югоизточна Европа картината е различна – едва около една трета от гражданите имат високо доверие в обществените медии и вярват повече (макар и не много повече) на частните медии. Средно половината от населението използва обществените медии ежедневно, като този процент е значително по-висок в България (71%), Хърватия (69%) и Сърбия (64%). Любопитно е, че в Северна Македония и Албания публиката предпочита частните медии - по-малко от половината от гражданите ползват услугите на обществените медии при това сравнително рядко (Fabijanić, Sittig, 2019: 22-23).

На фона на горе казаното, не е трудно да си обясним защо публиката предпочита обществените медии да се финансират с реклами или да се приложи хибриден модел, но не и изцяло да се разчита на данъчни субсидии и лицензионни такси – хората не искат да плащат за нещо, което не използват или от което не са доволни (Fabijanić, Sittig, 2019: 24). Тук следва да се отбележи знаковото изключение на Молдова, където високото доверие и честата употреба на обществените медии (въпреки преобладаващото мнение, че не са политически независими) сякаш обясняват готовността за финансирането им от данъкоплатците (Fabijanić, Sittig, 2019: 146).

Как изглежда България на този фон? Автор на главата „Обществените медии в България: липса на устойчивост“ е Орлин Спасов. Той отбелязва, че на фона на агресивната комерсиализация,

влошеното качество на медийното съдържание и вълната от „фалшиви новини“ и реч на омразата, „двете обществени медии БНТ и БНР изпъкват като оазис за по-балансиран дискурс и теми, които другите медии традиционно избягват“ (Fabijanić, Sittig, 2019: 77-78). В същото време обаче независимостта на обществените оператори остава сериозен проблем, който в последните години предизвиква силни обществени критики, особено по отношение на БНТ (Fabijanić, Sittig, 2019: 82).

Недостатъчното финансиране не позволява на обществените медии да изпълняват функциите си и същевременно ги тласка към по-голяма комерсиализация на програмите, което ги прави уязвими по отношение на частни интереси. „БНТ и БНР са разкъсвани между възможността да играят ролята на маяк за професионалната журналистика и опасността да паднат в капана на неправомерно влияние, което ги тласка към сляпо подчинение“ (Fabijanić, Sittig, 2019: 84).

Според данните от социологическото проучване 81% от българите смятат, че обществените медии са важни за демокрацията в страната. В същото време обаче близо 70% не възприемат обществените медии като политически независими. Над 70% от хората декларират, че използват услугите на обществените медии всеки ден и в това отношение България се нарежда сред страните в региона, в които обществените медии имат най-голяма аудитория. Това е любопитен извод от социологическото проучване, в противоречие с пийпълметричните данни, които отреждат доста скромна дял на БНТ спрямо частните медии (при БНР ситуацията е различна, там данните показват значително по-висока слушаемост като програма „Хоризонт“ се нарежда на второ място в българския ефир) (Fabijanić, Sittig, 2019: 77).

Доверието в обществените медии обаче е по-ниско, отколкото в частните медии. 77% от хората заявяват, че имат малко или никакво доверие в обществената телевизия и 68% - в общественото радио. Тези резултати обясняват и нежеланието на хората да плащат за обществените медии под формата на данъци и такси – 70% смятат, че обществените медии трябва да се финансират от реклами или чрез някакъв хибриден модел (Fabijanić, Sittig, 2019: 87-91).

Използвана литература:

FABIJANIĆ, Darija, Hendrik **SITTIG** (eds.) (2019). *A Pillar of Democracy on Shaky Ground – Public Service Media in South East Europe*. Konrad-Adenauer-Stiftung Media Programme South East Europe, p. 20.

MATSA, Katerina Eva (2018). Across Western Europe, public news media are widely used and trusted sources of news. Pew research Center. <<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/06/08/western-europe-public-news-media-widely-used-and-trusted/>> (последно посещение 31 август 2020).

Д-р Ралица Ковачева е главен асистент във Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ „Св. Климент Охридски“. Публикувала е монографиите „Център и периферия на европеизираните публични сфери“ (2017) и „Новините от света. За смисъла и ползите от международната журналистика“ (2020), както и изследването „Медиатизираното измерение на външната политика“ (2017) в съавторство с проф. д-р Мария Нейкова.

Dr Ralitsa Kovacheva is a senior assistant professor at the Faculty of Journalism and Mass Communication at Sofia University "St. Kliment Ohridski". She is the author of the recent books "News of the World. On the Meaning and Value of International Journalism"(2020), "Centre and Periphery of the Europeanised Public Spheres"(2017) and "The Mediated Dimension of Foreign Policy "(2017) co-authored with Prof. Dr Maria Neikova.