

**ЗАЛЕЗЪТ НА КОВИД-19 В РЕГИОНАЛНИТЕ МЕДИИ.
ТЕМАТИЧНО И ЖАНРОВО ПРЕСЪЗДАВАНЕ НА
КРИЗАТА В РЕГИОНАЛНИТЕ РАДИОСТАНЦИИ НА
БНР**

Еленица Маринова

**THE SUNSET OF COVID-19 IN THE REGIONAL MEDIA.
THEMATIC AND GENRE REPRODUCTION OF THE
CRISIS IN THE REGIONAL RADIO STATIONS IN THE
BULGARIAN NATIONAL RADIO NETWORK**

Elenitsa Marinova

Резюме: Основен изследователски проблем в настоящата статия е как в регионалните радиостанции в системата на БНР се говори за „Ковид-19”. Посредством анализ на съдържанието на четири сутрешни блока се установява какво значение журналистите отдават на темата за коронавируса. Разглеждат се поставените за обсъждане въпроси, както и изборът на личности за интервюиране. Извършеният мониторинг позволява да се обобщи, че в изследвания период здравната тема отстъпва своето място в радиоефира на проблемите на локалната специфика, политическите сътресения в държавата и на минутите за изкуство и култура.

Ключови думи: Ковид-19, пандемия, медии, регионални радиостанции.

Abstract: This report is concentrated on the question how the “Covid-19” problem is presented by the regional radio stations in the Bulgarian national radio network. The study should find out what importance is attached to coronavirus issues, and also observes whether journalists help audiences understand the current situation and recognize fake news. The monitoring allows to summarize that in the studied period the health topic has been neglected, at the expense of other questions such as the local specifics, the political upheavals and the minutes for art and culture.

Key words: Covid-19, pandemic, media, regional radio stations.

Уводни думи

Неочакваната поява на пандемията от Ковид-19 увеличи осезаемо медийното потребление у нас и по света. Новите реалности поставиха сложни задачи пред журналистическия труд – нараснаха отговорностите и изискванията към медиите, които се превърнаха в основен помощник в ежедневието на своята публика. Необходимостта хората да бъдат

информирани за ситуацията с коронавируса повдигна на дневен ред въпроса за качеството на журналистиката. Според Иво Инджов ръстът на медийната консумация се превърна в шанс за медиите да се докажат с качествена информация и с проверени експертни мнения (БНР, 2021). Забелязана е и друга тенденция – успоредно с употребата на онлайн платформите и социалните мрежи, аудиторията „преоцени значението” на традиционните източници на информация, включително и на обществените медии. Вечерната гледаемост на новинарските бюлетини на ВВС например се е увеличила с 30 %, а Европейският съюз за радио и телевизия, обединяващ обществените оператори в Европа, отчита засилен зрителски интерес към новините още през ранните етапи от развитието на кризата (Newman, Reuters Institute, 2020). През лятото на 2021 година традиционните медии във Великобритания запазват ролята си на основен източник на новини и информация, свързана с Ковид-19, сочи изследване, проведено от британския медиен регулатор Офком (Ofcom, 2021). Кризата, причинена от Ковид-19, припомни още колко податливо е съвременното общество към конспиративни теории и фалшиви новини. Въпреки старанията на редакционните екипи да подлагат фактите на проверка и разумен подбор, както и Институтът за изследване на журналистиката „Ройтерс” към университета в „Оxford” уместно отбелязва, журналистите вече нямат контрол върху достъпа до информация. На този фон социалните мрежи и други онлайн медии, към които аудиторията подхожда с доверие, откриват път към широк кръг от източници и твърдения, някои от които са подвеждащи, неверни и противоречащи на становищата на официалните власти (Newman, Reuters Institute, 2020). Сходна позиция заема и Орлин Спасов, според когото представянето на противоположни тези в медиите и свободното изказване на мнения в онлайн пространството е насърчило създаването на огромен обем от информация, съпроводен от появата на един

гигантски информационен хаос. „Вече потопени в този информационен хаос много хора загубиха вяра в рационалните научни аргументи, в медицинските аргументи, и съответно процъфтяха всевъзможни теории на конспирацията и в крайна сметка видяхме през тази година как информация и дезинформация фактически се смесиха, станаха неразличими и се сляха в един доста токсичен медиен коктейл” (БНР, 2021). Вниманието в настоящия текст ще се прехвърли след малко към българския регионален радиоэфир, за да проверим каква картина местните програми предлагат на своите слушатели на тема „коронавирус” повече от година след първия обявен случай на Ковид-19 у нас. Резултатите от извършения анализ ще покажат не само каква значимост отдават на проблема изследваните медии, но и ще начертаят нагласите и настроенията по темата в малките градове и селищни региони, отдалечени от столицата и управляващите институции, взимащи решения. За постигането на заложените цели ще бъде проследено съдържанието на сутрешните блокове на четири регионални радиостанции от системата на БНР – Радио Пловдив, Радио Варна, Радио Кърджали и Радио Видин.

Регионалните радиостанции на БНР са създадени с идеята да препредават части от националната програма на Радио София, да се включват в тази програма със свои предавания и да правят собствена програма за нуждите на регионите си. Превръщат се в „доказани във времето огнища на родолюбието”, „лаборатории за оригинални радиопредавания във всички радиожанрове и радиопрограмни форми”, „активни средища за гражданска култура, арени на дискусии и трибуни на свободомислието”, разпространяващи голяма по обем информационна продукция – с местен и регионален характер, отбелязва през 2006 г. проф. Веселин Димитров по повод 70-годишнината от раждането на българското регионално радио (Димитров 2006: 9-10).

Изборът настоящото изследване да бъде посветено на извънстоличните програми се обосновава с факта, че регионалните радиа често пъти остават извън полето на научния интерес, традиционно насочен към националния информационен лидер „Хоризонт”. За тяхното неоснователно подценяване и пропуснатите възможности за ефективно взаимодействие в системата на БНР говори и Ивайло Савов, който подчертава ролята на регионалните радиостанции на надлокални културни институции, разпространители на книжовния български език, архиви за звуковата памет на нацията, центрове за образование по журналистика. Савов изтъква, че радиостанциите създават ефективни професионални стандарти в своите райони, които чрез средствата на качествената журналистика и спазването на класическите морално-етични норми предизвикват високо доверие и неоспорим респект” (Савов 2006:19). В друг свой текст същият автор предоставя добра илюстрация на твърдението за дълго неизползвания съществуващ потенциал на регионалните радиостанции (РРС) с цитат на дългогодишната радиоводеща Божана Димитрова: „Районните радиостанции несъмнено са неизползван резерв – технически, журналистически. Тяхната незаменима компетентност в местната тематика издига информационното ниво на едно подготвено, с тяхно участие, предаване, и информационното, и форматното. Но... по-удобно е да се довериш на кореспондентите или на репортерите, които отлично познаваш и с които се разбираш без думи. Може би все още слабо познаваме колегите си от регионалното радио. Може би, подценявайки ги понякога или в стремежа си да избегнем трудности и рискове, просто не им даваме възможности, взаимодействайки си периодично, да уеднаквим критериите” (Савов 2016: 165). Ивайло Савов описва и най-важната медийна трансформация у нас, която нарича „преломен момент в хронологията на БНР”, а именно новото отношение към регионалните

структури и увеличаването на програмните им обеми, провокирано от отмяната на държавния монопол върху радиоразпръскването и появата на първите частни радиостанции в края на 1992 г. „Като използваха най-добрите стандарти на системата, РРС създадоха концепции, програмно съдържание, екипна организация и похвати при реализацията на продукцията си, които много точно бяха насочени към обслужване на регионалния сегмент от националната аудитория. Тези усилия бързо формираха траен слушателски интерес” (Савов 2016:165). В свое изследване, посветено на състоянието на българското радиополе, Снежана Попова също повдига въпроса за „професионалното обезценяване” на радиостанциите, съдържащи информация в услуга на жителите на малките градове и принадлежните им села. Авторът пояснява, че в края на първото десетилетие на настоящия век радиополето е „увредено” дотам, че е на път да се раздели с местното радио – основен свой структурообразуващ елемент (Попова 2016:383). Твърдението за развитието на полето към унификация на радиопредложението във всяка една точка на слушане Попова илюстрира със следния пример от град Пазарджик – в края на 2009-та година от осемте обявени в конкурс свободни честоти в града, регулаторът СЕМ дава четири на медийната групировка Комюникорп, а останалите четири – на други четири национални мрежи. Т.е. в град с три отдавна излъчвачи (Алматея, Деж и Радио Пазарджик) и две новопроектирани местни радиостанции (Катриг ФМ и Пулс ФМ) лиценз е отказан на всичките до една. Малко преди това подобна ситуация се появява и в Перник – в резултат жителите на Пазарджик и Перник ще слушат същото, както и в другите градове. Мнозина автори, сред които и Вяра Ангелова, пишат за пълното обезличаване на частните радиостанции, които си приличат напълно, защото „... информацията, анализът и образованието, като естествена част от радиопродукцията,

остават неинтересни за собствениците, „неизгодни” жанрове” (Ангелова 2008:47). На този фон аудиторията успява да удовлетвори потребността, за която се „нехае”, именно в ефира на БНР, пояснява Ангелова и допълва, че чрез обществената медия, изпълняваща ролята на гарант за общите интереси на населението и обединяващия обществото механизъм, се възпроизвеждат културата и традициите; защото „само този тип медии могат да обещаят, че социалните връзки между хората ще продължават да бъдат значими. Без тях не можем да говорим за мултикултурно и дори за национално себепознание” (Ангелова 2008:47). Особено ценни за настоящата разработка са и размислите на Поля Иванова, която, анализирайки реализацията на регионалната телевизионна продукция на БНТ, изтъква, че в съдържателен аспект регионалните програми са културни. И макар че изследванията на цитирания автор са насочени към сферата на телевизионното творчество, направените изводи са общовалидни за функциите на регионалните медии, които при съдържателното си развитие използват възможностите на средствата за масова комуникация за „деконцентрация на културата, ликвидирайки „неравенството” в достъпа до културните ценности и в изявата на творческите възможности на населението, което съществува между столицата и провинцията, между големите и малките селища” (Иванова 2016:270). Като своеобразно допълнение звучат и следващите разсъждения, посветени на предназначението на регионалните медии, които не само свързват отделните райони към „общия духовен контекст на страната”, но и разширяват „жанровото и тематично разнообразие [...] чрез вести от различни региони на страната”, както и „правят сериозен принос в разпространението на художествената самодейност, народното творчество, създавайки предавания според очакванията на социално-демографските групи в отделните райони на страната” (Иванова 2016: 275-276).

В дебата за параметрите на регионалните програми, възприемани като основни културни средища, възниква актуалният въпрос за ролята и значението на тези медии във времена на криза, каквато е настоящата пандемична ситуация. Поглед към световните наблюдения в тази област насочва вниманието ни към Уелс, където ключова, „абсолютно безценна” роля за „спасяването на животи, образоването и информирането на местното население, и разпространението на съществена информация от публичните служби и уелското правителство” изиграват радиостанциите, разпространяващи локална информация за развитието на коронавируса, сочи доклад на Комитета по култура, уелски език и комуникации към Уелския парламент (Welsh Parliament, 2020). В момент, в който другите комуникационни канали са ограничени, а хората дори не могат да си купуват вестници заради наложения локдаун, в основен източник на сведения се превръщат локалните медии в лицето на общностните радиостанции като Mŵn FM, както и на обществените програми в мрежата на BBC, каквато е BBC Cymru Wales. Данните показват, че общественият оператор е отчел особено висок рейтинг и новопривлечена аудитория – в края на март 2020 г. телевизионната новинарска програма BBC Wales Today е проследена от 60 % от възрастното население на Уелс, което с 40 % повече, сравнено със същия период на предходната година. Ръст в потреблението се наблюдава и в Интернет – това се отнася както за новинарските сайтове (BBC Cymru Fyw, онлайн услуга на уелски език, предоставяна от BBC Wales), така и за социалните мрежи (съдържанието на страницата на BBC Wales News във Фейсбук е следено от 1,2 милиона потребители седмично, което е 5 пъти повече, сравнено със средното седмично потребление преди Ковид-19). Наред с важната мисия на регионалните медии да информират и тълкуват съществените за хората „Ковид-проблеми”, се откроява и друга позитивна тенденция, а именно

„съживяването на интереса към локалните новини”, особено в ранните дни на пандемията, когато е отчетен „истински апетит” от страна на местните жители, които искат да научат „Това как ще ми се отрази”, коментира Ема Мийз от Кардифския университет (Welsh Parliament, 2020). Междувременно медийният регулатор Офком лицензира допълнителни радиостанции на ФМ радиочестоти. Краткосрочните Ковид-19 лицензи осигуряват възможност „... местните хора да получават информация, засягаща техните общности по ФМ-радиото, вместо да разчитат на по-общата или национална картина. Скоростта и разпространението на Ковид-19 беше различна в Уелс, а това снабдяване с новини беше гарант, че точната местна информация, съобразена с нашия район, е доставена на тези, които може би нямат достъп до Интернет или мобилни устройства”, коментират дейността на временните радиостанции от Съвета на графството на окръг Конви, една от унитарните области на Уелс (Welsh Parliament, 2020).

Междувременно чуждестранни изследователи заговориха за постепенното оттегляне на темата „Ковид-19“ на заден план още в края на първия локдаун през пролетта на 2020 година. Данните от международно проучване на авторитетното британско медицинско списание “The Lancet” сочат, че след първия голям скок на позитивните случаи на коронавирус, отчетен през февруари и март 2020 година, медийното отразяване на темата в 50 държави от цял свят започва да намалява още в края на март същата година (The Lancet, 2021). Тенденцията се запазва и в следващите месеци, въпреки продължаващото разпространение на вируса в глобален мащаб. Изследователският екип подчертава и друга важна подробност – случаите на Ковид-19 в страните, пренебрегнали темата в своя новинарски поток, представляват 85 % от всички случаи на Ковид-19 в световен план. Онлайн изследване на Украинския институт за масова

информация също отчита промяна както във фокуса на медийното отразяване, така и по отношение на нагласите на аудиторията към ограниченията, наложени от карантината, и личната безопасност. Констатиран е близо двоен спад на журналистическите материали, свързани с пандемията – от 58,5 % през март 2020 г. те спадат до 27 % от общия брой новинарски единици в края на май 2020 г. (Institute of Mass Information, 2020). В допълнение, изследваните медии спират да разпространяват съвети за превенция и защита от вируса, а насочват вниманието си към разхлабването на мерките и отпадането на карантинните ограничения. Авторите на изследването обобщават, че резултатите са красноречиво доказателство за „умората на обществото от постоянния стрес, причинен от опасността да се разболееш“. Завършвайки своите разсъждения уместно припомнят съществената роля на журналистите да формират обществените нагласи и възприятия, като подчертават, че „неглижирането на дадена тема от медиите може да доведе до изкуственото намаляване на значимостта на същата тази тема в обществото. Ето защо както медиите, така и обществото трябва да помнят, че вирусът не е изчезнал и нежеланието да се чуе за него няма да защити населението от вероятността да се зарази“. В сходно проучване, проведено в десет области на Украйна и проследяващо развитието на темата в регионалните онлайн медии, отново е регистриран значителен спад на материалите, свързани с коронавируса – за един месец те са намалели от 45 на 31 % (Institute of Mass Information, 2020). Акцент в медийното отразяване е поставен върху прекратяването на локдауна (69% от всички новини). Направен е изводът, че подобен медиен фокус би могъл да „накара аудиторията да повярва в безопасността и забавянето на разпространението на вируса, което не е вярно“. На този фон медийният интерес на тема Ковид-19 у нас през 2020 г. се запазва висок.

Методика на анализа на сутрешните блокове на РРС

Използваният изследователски метод в настоящия текст е анализ на съдържанието. Сутрешните блокове на регионалните радиостанции са наблюдавани през месец май 2021 година. Анализът е фокусиран върху тях с аргумента, че утринните отрязъци са водещ елемент от програмната схема за всяка радиостанция – това са предаванията, които държат слушателите в крак с актуалните събития и проблемите на деня. Общият обем изследвано ефирно време надхвърля 62 астрономически часа. Мониторингът е разпределен по седмици както следва:

- „Точно днес” – сутрешна програма на Радио Пловдив, проследена в периода 03.05.21 – 07.05.21 г.
- „Нашият ден” – сутрешна програма на Радио Варна, проследена в периода 10.05.21 – 14.05.21 г.
- „След първото кафе” – сутрешна програма на Радио Кърджали, проследена в периода 17.05.21 – 21.05.21 г.
- „Посоките на делника” – сутрешна програма на Радио Видин, проследена в периода 24.05.21 – 28.05.21 г.

В резултат са регистрирани **общо 139** информационни единици – в това число са включени всички изказвания на гости/събеседници по изследваната тема, както и излъчените в наблюдавания период журналистически материали.

Тематично разнообразие

„Култура” е основната тема на 34 % от регистрираните единици. И четирите изследвани медии **предоставят детайлна информация за традиционните местни обичаи и мероприятия, в опит да съхранят**

самобитността на региона: „В Монтана ще се проведе деветото издание на фестивала на народната кухня „Бабина душица“; „Ще спечели ли и тази година монтанското село Меляне съревнованието за най-подреденото и най-чисто село в общината, успяха ли да запазят занаята и на майсторите бъчвари и запазен ли е все още рибарникът за пъстърви, който е съществувал там“, „Как в Брегово са решили да възстановят, да популяризират и да запазят паметта на населеното място“.

Следващото по големина натрупване е в темата „Образование“ – 12 %. В преобладаващата си част (шест от общо 10 образователни теми) то се дължи на интереса към информационни поводи като провеждането на държавните зрелостни изпити, както и на различни тържества и чествания във висши и основни училища. Други теми, които често се появяват в радиоефира, са „Вътрешна политика“ – 6,4 %; „Община и инфраструктура“, „Труд и социална политика“, „Любопитно“ с по 6 %.

В центъра на вниманието радиостанциите поставят проблемите на хората в областта: „Жителите на аксаковското селищно образувание „Панорама“, които протестираха неотдавна заради липсата на питейна вода, заведоха колективно дело срещу ВиК заради прекратено водоподаване от пет години“; „Един казус, който следим от месеци насам, а именно – изсичането на местността Коджа тепе във Варна и недоволството на хората там“; „Защо жителите на курортното село Кранево, намиращо се на брега на морето, са готови на протест“; „Граждани и институции се обединяват с искане за по-чисти зони във варненската местност „Перчемлията“; **определят своя дневен ред, съобразявайки се с интересите на малката група** – в световния ден на пчелите Радио Кърджали дискутира в своя ефир проблемите в сектора, свързани с високата смъртност и намалялата медодайна растителност. Излизането на предна позиция на тематичната област „Вътрешна

политика” е в резултат на натрупаните от Радио Пловдив единици. През наблюдаваната седмица медията дискутира всеки ден политическата обстановка в страната – периодът е белязан от неуспешните опити на партиите в 45-тия парламент да сформират кабинет, последвани от назначаването на служебен кабинет от президента Румен Радев и насрочването на дата за нови парламентарни избори. Политическите разговори в радиоефира се редуват с религиозни теми и послания за съхраняване на вярата и традиционните ценности, което най-вероятно се дължи на Светлата седмица, която попада в изследвания период. Преглед на тематичното разпределение на всяка от радиостанциите поотделно откроява още една разлика – темите от областта „Спорт”, които в общото разпределение покриват едва 3 % от проследеното радиоефирно време, в Радио Кърджали заемат втора позиция, която си делят с въпроси от сферата „Образование”. **На този фон прави впечатление, че общественозначими теми като „Ковид-19”, „Икономика”, „Екология”, „Туризм”, „Международна политика”, „Религия”, и в четирите регионални радиостанции рядко се появяват в ефир и са с присъствие по-ниско от 5 %. С ниско присъствие в изследваните медии е и темата „Здравеопазване” – отново с 5 %.** Пет от общо седемте регистрирани разговора на здравна тематика са обвързани с информационен повод – Световният ден на пулмоналната хипертония, отбелязване на Европейската имунизационна седмица (Радио Пловдив); Международният ден на меланома (Радио Кърджали); интервю с неврохирург, отличен от Държавната агенция за закрила на детето (Радио Видин); проверка в аптека заради влизането в сила на електронните рецепти (Радио Варна). Анализът стига до извода, че отсъствието на ресорни репортери в регионалните радиостанции води до дефицит в отразяването на важните за обществеността въпроси. Подборът на теми в сутрешния блок на принципа „какъв ден честваме

днес” разкрива слабости в организирането на програмата – радиостанцията не се откроява сред останалите медии, планирането на елементите в предаването не изглежда мотивирано, а прилича на опит за запълване на ефирното време. В наблюдавания период и четирите радиостанции прибъгват към още една често прилагана от медиите практика – в сутрешните блокове да се водят разговори, посветени на предстоящо събитие като провеждането на концерти и семинари, откриване на изложби. Обикновено в телефонно интервю организаторът на проявата споделя пред радиоводещия подробности около инициативата, която ще се проведе по-късно през деня. Подобен подход отново се асоциира с лесния и бърз подбор на теми, като затвърждава впечатлението, че журналистите изоставят задължението си да търсят, откриват и анализират „собствени” теми.

Появата на Ковид-19 в регионалния радиоефир

Пандемията от Ковид-19 не присъства във фокуса на медийното отразяване в изследвания едномесечен период, показват получените резултати. Темата засяга едва 2 % от всички регистрирани единици. Отчетени са пет разговора, посветени на развитието на коронавируса, както и на протичащия имунизационен процес в страната – две интервюта, излъчени в ефира на Радио Кърджали, и три в Радио Пловдив. Слабо чувствителни към темата остават Радио Варна и Радио Видин, където Ковид-19 се споменава като второстепенна тема в разговори, анонсирани по друг повод (среща с неврохирург от Мездра, отличен от Държавната агенция за закрила на детето), а също така се появява епизодично в редовната петминутна рубрика „Рестартирай Европа”. Рубриката има за цел да информира гражданите за инициативите на ЕС за справяне с кризата, причинена от коронавируса – представят се проектите и направените инвестиции в различни сфери

като образование, икономика, транспорт, култура и т.н. Радиостанциите маркират темата за коронавируса и в традиционния преглед на печата, който във варненския ефир вместо обзор на вестникарски заглавия представлява припомняне на интересни акценти от уебсайтове в интернет портала на БНР. Подобен кратък информационен преглед, разглеждан в научната литература като „седаща журналистика“, компилация по линията на някой написал, казал и разказал, не допринася за изчерпателното представяне на темата. Липсата на задълбочен анализ на въпросите, свързани с коронавируса, може да бъде обяснена с подобряването на пандемичната обстановка в изследвания период. Месец май започва с разхлабване на мерките – отпадане на задължението магазините да осигуряват коридор за пазаруване на възрастните хора и премахване на ограниченията за масови частни събирания. Почивните дни около Великден и Гергьовден са съпроводени от ръст на положителните проби (10 % от направените тестове), последвани от рязък спад на активните случаи с Ковид-19. Положителната тенденция се запазва стабилна до края на месеца, когато броят на излекуваните надхвърля този на новозаразените. В лечебните заведения има спокойствие, а здравните власти правят прогноза за нова (четвърта) вълна на коронавируса чак през есента и изразяват надежда за спокойно лято. Отчетеният спад на заболяемостта не оправдава пропускането на Ковид-19 от дневния ред на медиите заради създаването на погрешната представа, че вирусът е отминал – в края на месеца служебното правителство удължава извънредната епидемична обстановка в страната с цел да се предотврати разпространението на различните щамове на коронавируса. Наличието на положителни данни погрешно се възприема като повод за журналистите да изоставят темата, въпреки че тя не е изчерпана. Без отговор остават редица въпроси, като например защо страната не успява да постигне съществен имунизационен обхват. В

рамките на наблюдавания период новинарските емисии оповестяват многократно резултатите от различни проучвания в ЕС, според които българите оглавяват класацията за отказ от ваксиниране. Сутрешните блокове обаче не анализират в своите студиа тази новина и не търсят причините за проявеното недоверие и скептицизъм от страна на населението. Това проличава и от подбора на главните действащи лица, които се изказват в регионалния радиоефир по темата „Ковид-19”. Те са, както следва: представители на медицинското съсловие (двама лекари); един и същ представител на здравните власти (РЗИ – Кърджали), интервюиран два пъти; студент по медицина. Прави впечатление, че позицията на гражданите/обикновените хора отсъства. Ролите, в които влизат участниците в диалога, или пък ролите, с които са представени в него, са част от конструирането на медийни образи на действителността, отбелязва Жана Попова (Попова 2013:167). Върху формирането на медийните образи за събитията оказват влияние и информираността и знанието, с които събеседниците участват в разговора, допълва Попова и цитира Алфред Шютц, който в своята теория за социалното разпределение на знанието, определя три идеални типа – на експерта, човека от улицата и добре информирания гражданин. Авторът пояснява, че във всекидневния живот всеки от нас е във всеки момент едновременно и трите типа, но по отношение на различни области от знанието. Извършеният мониторинг показва, че при представянето на събеседниците в ефир радиожурналистите подхождат коректно и информират слушателите за работата на специалистите, потърсени за коментар и прогноза, но не изискват обяснение върху какви данни и проучвания се формират изразените в ефир тези или предположения. В допълнение, водещите не съпоставят мненията и позициите, доверяват се на натрупания авторитет на експертите и тяхното широко поле на компетентност: „*Тъй като Вие сте **всепризнат алерголог в страната***”;

„известният лекар”, „носител на много награди като неврохирург”.

В някои от проведените диалози събеседниците допълват формулираните изказвания със свой свидетелски разказ: *„Има хора, при които коронавирусната инфекция преминава без изграждането на антители, моята сестра беше по този начин”*; и друг представител на медицинското съсловие, който също влиза в ролята на „очевидец на истината”: *„Аз лично в моя кабинет и с моите пациенти не съм чул досега някой след имунизацията да е получил алергична реакция”*. Регистриран е и разговор, в който журналистът поставя описанието на преживяното от първо лице като гарант за истинността на предоставената информация:

Водеца: *„Да ви попитам вие ваксинирахте ли се?”*

Даниел Георгиев, студент по медицина, създател на онлайн платформата „Коронавирус-информация”: *„Да, аз съм с „Астра Зенека”*.

Водеца: *„Нищо Ви няма? Вие сте млад човек.”*

Даниел Георгиев: *„Единственото, което развих още първия ден беше една температура, която свалих точно за 24 часа, нищо повече.”*

Проведените радиоразговори подчертават необходимостта от ваксините за изхода от пандемията и техния положителен ефект върху човешкото здраве, а журналистите настояват: *„Еми, да се ваксинират с „Модерна” примерно, или с „Пфайзер”! Варианти вече има за избор”*. Налице е изразяване и формиране на мнение, но и насочване на обществените нагласи в определена посока, без обаче да бъдат изслушани и анализирани аргументите на онези, които отказват да участват в имунизационния процес. Може да се направи извода, че радиоводещите популяризират едностранна информация, която аргументира „правилната” позиция, което настоящият анализ изтъква като недостатък на журналистическата работа. Едва ли е необходимо да

се поставя под съмнение обстоятелството, че при нарастването на значимостта, но и на сложността на протичащи процеси, максималното и балансирано присъствие на основните гледни точки по темата остава водещо задължение пред редакционните екипи. Това прави програмата балансирана и безпристрастна, коментира Жени Павлова: „... и не само, че не дава повод на слушатели, политически представители и институции да ви критикуват в привързаност към определена линия или кауза, но поддържа и непрестанно засилва доверието във вас, в редакционната ви независимост” (Павлова 2005:112).

В изследваното съдържание на сутрешните блокове на четирите регионални радиостанции се открояват нюанси, които подчертават негативния заряд на думите, използвани в контекста на коронавируса. Споменаването на понятието „пандемия” и съпътстващата терминология възпроизвежда отрицателни емоции: *„Има ли много празни търговски площи предвид **трудната ситуация?**”*; *„Ще бъде ли намерен лек за **главоболията**, пред които е изправен туризмът у нас”*; *„Ставаме ли по-добри всички ние в тези **трудни дни на пандемия, ограничителни мерки?** В същия дух излагат своите аргументи и събеседниците: *„Другият елемент от търговските площи – това са заведенията и ресторантите. Там също има **драматична промяна**”*; *„**Най-големият проблем** в момента на туризма е това, че имаме високи нива на заболели”*. Медийната картина на Ковид-19 може да бъде допълнена от още няколко щрихи. В разговор за цифровата грамотност е подчертан голям позитив – мощният тласък, даден от пандемията на цифровата трансформация на всички сфери от обществения живот. За насърчаването на иновациите и технологичния прогрес по време на Ковид-криза разказват и два репортажа от различните краища на страната – първият съобщава за нова машина за дезинфекция на книги в регионалната библиотека във Враца, която *„стерилизира до 6 книги**

наведнъж за 30 секунди, като дава 99,9 % ефективност срещу патогенни бактерии, грип от нов тип А или коронавируса, също така от прах”, а вторият материал запознава варненските слушатели с новия виртуален асистент в библиотека „Пенчо Славейков” – чатботът Ели, „една от дигиталните услуги [...] които много от нас смятаха, че ще се случат в по-далечното бъдеще”. Жителите на малките населени места описват и друга положителна тенденция: „Нещо, което ми прави впечатление от последната една година – търсят се къщи да се купуват в селото. Три-четири къщи вече се купиха, хора идват от София, от други места, като че ли проблемът с тия там локдауни, ограничения заради Ковид-кризата, накараха **хората** да търсят **спасение по селата**”, „Хората започнаха да оценяват **хубавото на малкото място – т.е. свободата си**”, „По време на Великденските празници Момчиловци се пукаше по шевовете от туристи. Никога на този празник тук не е имало толкова много хора. Тенденцията е такава и ние **чакаме развитие в посока туризъм**”. Изграденият медиен разказ поставя опасността от пандемията на заден план и създава усещането за възвръщането на ритъма и динамиката в обществения живот. Проведените радиоразговори очертават и моментната картина на нагласите към проблема в малките населени места – чувството на тревога и неспокойствие, породено от вируса, е изместено от привикването към „новата нормалност”. Не съществуват предпоставки за отмяна на мероприятия, изолацията е отминала, а социалната дистанция – скъсена: „Животът продължава, ние вече **свикнахме да живеем с коронавируса**, затова трябва да помислим за нашите деца, трябва да ги върнем, средата, която на тях им е любима, която им липсва”; „Едно от предимствата на това, че Северозападът е слабо населен, е по-малката възможност, която имаме за контакти

помежду си, и може би това донякъде ни позапази от Ковид-кризата, иначе нормално е, няма никакви притеснения”.

Жанрова специфика

Най-често срещаният жанр в сутрешните блокове на четирите регионални радиостанции в системата на БНР (Радио Пловдив, Радио Варна, Радио Кърджали, Радио Видин) е **интервюто** – 69 % или 97 интервюта от общо 139 регистрирани единици. По-рядко в ефир се появяват журналистическите жанрове кореспонденция – 6,4 %; репортаж и преки включвания – 5,7 %; анкета – 4 %. Настоящият анализ отчита отдаването на предпочитание към интервюто и пренебрегването на останалите журналистически форми като недостатък, който възпрепятства ефективното представяне на информацията за нови събития, факти и явления. Освен за какво се говори в сутрешните програми на регионалното радио, е важно също така и *как* се отразяват избраните теми. Отсъствието на разнообразие в жанрово отношение повдига въпроса за необходимостта от търсенето и използването на най-подходящия подход за постигането на заложените цели. Живото описание и личните впечатления на репортера от подредена музейна експозиция ще дадат на слушателя много по-точна представа за събитието, отколкото телефонното интервю, проведено на запис. Интервюто е несъмнената доминанта в регионалния радиоефир, но превръщането на журналистическия жанр в най-често употребяваната форма не би следвало да се тълкува непременно като проява на недостатъчна високостепенност от страна на редакторите. Подходът може да се обясни и с невъзможността събитието да бъде отразено поради ограничения брой служители. Трябва да се отбележи, че в една малка радиостанция наличният екип е с намален състав и обикновено журналистът влиза в различни роли на работното си място (на водещ,

редактор, тонрежисьор, репортер), които в по-голяма медия се разпределят между няколко човека. Мониторингът откроява още един пропуск при употребата на журналистическите жанрове – означаването с термина „репортаж“ и на други информационни жанрове на журналистиката. Като репортажи в регионалния радиоефир се анонсират интервюта – предварително записани разговори с организатор на винен фестивал в Пловдив, ден преди провеждането му; със собственик на варненски център за сватбени и официални облекла, който разказва за модните тенденции при тоалетите на абитуриентите; с археолог, ръководител на спасителни разкопки край видинското село Синаговци.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Въз основа на представените резултати може да се заключи, че регионалните радиостанции в системата на БНР не проявяват интерес към темата „Ковид-19“. В редуцираното отразяване всъщност може да се открие едно важно послание – жителите на малкия град или село обръщат внимание на значими за тях въпроси като селския туризъм, а присъствието на вируса спира да се асоциира със страх, неизвестност и вълнение. В същото време наблюдаваният период съвпада с продължаващата в страната извънредна епидемична обстановка, което изисква преоценяване на мястото, ролята и значението на здравните теми в утринните програми. Настоящият текст извежда на преден план извода, че отсъствието на темата от медийния дневен ред може да предизвика апатия и незаинтересованост сред местните хора по отношение на Ковид-новините, което създава предпоставки за подценяването на съществуващия риск от евентуално заболяване. Беше констатирано, че в сутрешните си блокове регионалните радиостанции представят едностранна информация по значими и сложни въпроси, какъвто е имунизационният процес срещу Ковид-19. Препоръката към

медията е да не игнорират различните мнения, а да срещат своите слушатели със събеседници, които са в състояние не само да аргументират „правилната“ гледна точка, но които ще могат и да опровергават противоположната позиция. Колкото до жанровото разнообразие и динамика в наблюдавания период, интервюто е несъмнената доминанта в радиоефира, а поради прекалено честата употреба тази журналистическа форма рядко се отличава с нещо ново и изключително. Настоящият текст припомня, че това не е единствената форма за представяне на сведения по атрактивен и въздействащ начин и изтъква необходимостта да се използват възможностите на различните журналистически жанрове, в зависимост от капацитета на творческия екип. Междувременно регионалните радиостанции затвърждават своя облик на безалтернативен културен фактор – посвещават повече ефирно време на култура и изкуство, както и показват образователното развитие. На този фон изследваните медии не губят информационната си насоченост – обсъждат актуалните проблеми на деня с фокус върху въпросите, касаещи региона, насърчават гражданското и социално мислене, а също и се възмущават от нередности.

28 Юни 2021 г.

Използвана литература:

АНГЕЛОВА, Вря (2008). Към края на общественото радио. *Viva Vox Юбилеен сборник в чест на проф. Веселин Димитров*. София: УИ „Св. Климент Охридски“. [Angelova, Vyara (2008). Kam kraja na obstestvenoto radio. Viva vox. Yubileen sbornik v chest na prof. Veselin Dimitrov. Sofia]

ДИМИТРОВ, Веселин (2006). *Седемдесет години българско регионално радио*. София: УИ „Св. Климент Охридски“. [Dimitrov, Veselin (2006). Sedemdeset godini balgarsko regionalno radio. Sofia]

ИВАНОВА, Поля (2016). Въвеждане на регионалните телевизионни центрове на БТ. *Viva Vox Юбилеен сборник в чест на проф. Веселин Димитров*. София: УИ „Св. Климент Охридски“. [Ivanova, Polyana (2016). Vavezhdane na regionalnite televizionni centrova na BT. Viva vox. Yubileen sbornik v chest na prof. Veselin Dimitrov. Sofia: University Press]

САВОВ, Ивайло (2006). Регионалните радиостанции – една предстояща дискусия. *Седемдесет години българско регионално радио*. София: УИ „Св. Климент Охридски“. [Savov, Ivaylo (2006). Regionalnite radiostantsii – edna predstoyasta diskusiya. Sedemdeset godini balgarsko regionalno radio]

САВОВ, Ивайло (2016). БНР – програмно (не)взаимодействие. *Медии и комуникация. Юбилеен сборник 40 години ФЖМК*. София: УИ „Св. Климент Охридски“. [Savov,

Ivaylo (2016). BNR – programno (ne)vzaimodeystvie. Medii I komunikatsia. 40 godini FJMC. University Press]

ПАВЛОВА, Жени (2005). *Формати и продуцентство. Информационното радио, поглед отвътре*. София: ИК Полис. [Pavlova, Zheni (2005). *Formati I produtsentstvo. Informatsionnoto radio, pogled otvatre*. Sofia: IK Polis]

КОСТОВА, Мария (2020). Пандемията Covid-19 сложи отпечатъка си и върху медиите. *БНР* <https://bnr.bg/horizont/post/101396798/pandemiata-covid-19-sloji-otpechataka-si-i-varhu-mediite> [Kostova, Maria (2020). *Pandemiata Covid-19 slozhi otpechataka si I vurhu mediite*. BNR]

ПОПОВА, Жана (2013). *Диалогови модели*. София: УИ „Св. Климент Охридски“. [Popova, Zhana (2013). *Dialogovi modeli*. Sofia: University Press]

ПОПОВА, Снежана (2016). Радио: преобразуване на полето. *Медии и комуникация. Юбилеен сборник 40 години ФЖМК*. София: УИ „Св. Климент Охридски“. [Popova, Snezhana (2016). *Radio: preobrazuvane na poleto. Medii i komunikatsia. 40 godini FJMC*]

IMG Research (2020). 69% of “Lockdown” news in regional media related to lockdown easing: IMG Research. (12.06.2020). <https://imi.org.ua/en/monitorings/69-of-lockdown-news-in-regional-media-related-to-lockdown-easing-imi-research-i33536>

Covid-19 news and information: consumption and attitudes. (24.08.21). Достъпно онлайн на: <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/tv-radio-and-on-demand/news-media/coronavirus-news-consumption-attitudes-behaviour>

Covid-19 recedes into the background. Online media monitoring. (27.05.2020). Достъпно онлайн на: <https://imi.org.ua/en/monitorings/covid-19-recedes-into-the-background-online-media-monitoring-i33299>

Covid-19 media coverage decreasing despite the deepening crisis. (January 2021). Достъпно онлайн на: [https://www.thelancet.com/journals/lanplh/article/PIIS2542-5196\(20\)30303-X/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lanplh/article/PIIS2542-5196(20)30303-X/fulltext)

Impact of the Covid-19 outbreak on journalism and local media. (September 2020). Достъпно онлайн на: <https://senedd.wales/laid%20documents/cr-ld13457/cr-ld13457-e.pdf>

Newman, Nic. Executive Summary and Key Findings of the 2020 Digital News Report. Достъпно онлайн на: <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/overview-key-findings-2020/>

Еленица Маринова е бакалавър по журналистика и магистър по право в СУ. Тя е докторантка в специалност „Журналистика (Радио и телевизия)“.

Elenitsa Marinova has a Bachelor’s degree in Journalism and a Master’s in Law from SU. She is a PhD student, majoring in Journalism (Radio and Television).