

**ТЕХНОЛОГИЧНОТО РЕШЕНИЕ
ЗА ИЗНАСЯНЕ НА ПОДКАСТИТЕ НА БНР
В ОТДЕЛНА СРЕДА**

Александра Илиева

**TRANSFERRING THE PODCASTS
OF THE BULGARIAN NATIONAL RADIO
TO A SEPARATE ENVIRONMENT**

Alexandra Ilieva

Резюме: Подкастът като формат се налага все по-успешно в системата на Българското национално радио. Началото на този процес е положено през 2019 г. с подкаста „BETAgames”. Развитието на новия формат преминава през редица етапи, като всеки от тях почива на различно технологично и потребителско решение. Тези технически аспекти в значителна степен влияят на възприемането на журналистическото съдържание от аудиторията. Текстът изследва етапите, като отчита разпознаваемостта им от аудиторията на БНР. В допълнение са формулирани някои препоръки, които биха повишили достъпа на аудиторията до подкастите на общественото радио, с което мисията му би била реализирана в още по-пълна степен.

Ключови думи: БНР, подкасти, технологични решения, изпълнение на обществената мисия на БНР

Abstract: The Podcast as a separate format has gradually become more and more popular in the Bulgarian National Radio network. This process was initiated back in 2019 when “BETAgames” became the first ever BNR podcast. The development of the podcasts in the BNR network went through different stages, each of which implemented different technical and consumer solutions. These technological solutions to a very large extent influenced and shaped the way the audience accepted the new format. The article studies these different stages with a strong accent on the implemented solutions and the feedback from the audience. In addition, the article includes some recommendations that would increase the popularity and the reach of the podcasts in the BNR framework, resulting in an even higher level of fulfilment of the statutory mission of the Bulgarian public service radio.

Keywords: BNR, podcasts, technological solutions, implementation of the mission of BNR

Подкастите като журналистически формат се утвърждават в системата на Българското национално радио след 2019 г. Това става

възможно заради техническия прогрес, който позволява производството на съдържание, значително надхвърлящо ограниченията на ефирното линейно разпространение. Ако то ограничава обема на създавано и излъчвано на съдържание до 24 часа в денонощие, интернет дава неограничени възможности. Това позволява на редица медии, в това число – Българското национално радио, да създават поредици от подкасти. Въпросът е как това съдържание да се разпространява, така че да достига до по-голяма част от аудиторията. В настоящия текст се изследват решенията, прилагани от общественото радио.

За целите на изследването са използвани данни от страниците на БНР, както и от профилите на общественото радио в различни платформи за споделяне на подкасти. Използвани са литературни проучвания, свързани с научни разработки по теми, сходни с изследваната.

„Живяла съм достатъчно дълго, за да разбера, че нещата никога не остават едни и същи твърде дълго време” – с това изречение британската кралица Елизабет II започва своето Коледно обръщение през 2006 г. (Royal.uk, 2006). Тази реч остава в историята на кралството като първата, която се разпространява и под формата на подкаст в интернет пространството (NBC news, 2006). Тази явна демонстрация, че британският консерватизъм приема новия формат, бързо отваря вратите на местната журналистика и по-интересното – на британската политика, за подкастите. Кралицата и нейният екип отчитат, че начинът, по който британците се информират, не е същият като преди и се адаптират към новата реалност. Технологичните решения за разпространяване на информация следват промяната на нагласите и навиците за консумиране на съдържание от потребителите. Подкастът като медиен формат започва да се утвърждава.

Преди този повратен момент в развитието на подкаста, се извървява дълъг път, който бележи цялостния преход от класическото радио, до съвременната практична интернет среда.

Симбиозата между класическото радио и интернет технологиите започва в края на XX век и дава напълно нови хоризонти на най-старата електронна медия. Онлайн радиото променя медията завинаги. Възможностите за създаване на съдържание, което да се разпространява свободно в интернет и да бъде насочено само към аудитория, която има определени интереси, задава съвсем нова посока на развитие на концепцията за звуковите материали в интернет. Подобен подход е застъпен във форматните радиа, при които има строго профилиране, но новата технологична среда дава още повече възможности. Това е реален шанс да се надскочат ограниченията на радиочестотния спектър, изразени най-вече чрез ограничения брой радиостанции и принципа, че линейно излъченото съдържание може да се следи само в реално време. Неограничените възможности за създаване на специализирано съдържание, съчетани с максимално отворения достъп за нови автори на съдържание, раждат формат, наречен подкаст.

Подкастът започва своето бурно развитие в самото начало на XXI век, но преминава през своята втора ера след 2014 г. (Bonini, 2015). В този период той се превръща в самостоятелен журналистически формат, който може да включва разследвания или анализи по сериозни теми. Родствената връзка на подкаста с радиото е акцент в повечето изследвания по темата, провеждани до 2014 г. След това обаче редица медийни анализатори започват да гледат на него като на автономна медия, която има собствена идентичност (Григорова, 2019).

Подкастите, създавани от радиа в България, се развиват със значително закъснение спрямо останалите европейски страни. Българското национално радио започва да създава самостоятелни подкасти след среща на Европейския съвет за радио и телевизия през

2019 г. В рамките на тази среща е обобщено, че БНР е единственото обществено радио в организацията, което не създава самостоятелни подкасти. Така същата година, по време на мандата на Александър Велев като генерален директор на БНР, започва системна работа в тази насока.

Първата стъпка в този процес е свързана с осъзнаването, че, въпреки че е аудио формат, подкастът се различава от ефирното съдържание по своята същност. Ако различните радиопредавания и рубрики, предназначени за ефирно разпространение обикновено имат ограничена продължителност, за да могат да бъдат излъчени в реално време, без да се претоварва програмата и в допълнение към това са насочени към широката аудитория, която би слушала ефирното излъчване, то в подкаста се залага на по-дълга продължителност и значително по-специализирано съдържание. Става ясно, че този нов за БНР формат има нужда от своя собствена среда, различна от ефира, който винаги ще налага времеви ограничения и изисквания за съдържание, което да е достъпно и разбираемо за по-широк кръг от аудиторията.

Трябва да се отбележи, че технологичните решения, свързани с мястото на подкастите, са от значение дотолкова, доколкото имат влияние върху достъпа на аудиторията до този нов вид съдържание. И, въпреки че няма универсално правилен подход, някои успяват да провокират потребителите, така че подкастите да имат увеличаваща се и лоялна аудитория. БНР като обществена медия не би следвало да се бори приоритетно за висок рейтинг, съответно - висока популярност в интернет среда, но възниква въпросът дали общественото радио изпълнява мисията, възложена му от Закона за радиото и телевизията (ЗРТ, 1998) ако произвежда съдържание, което не достига до аудиторията. Това е широко дискутирана тема и няма да бъде предмет на настоящото изследване. Въпреки това, следва да се има предвид, че

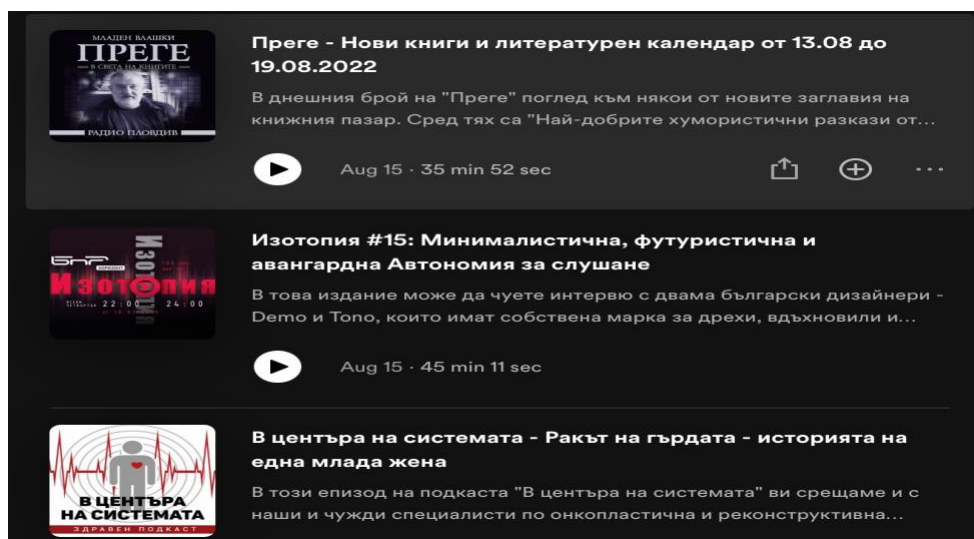
БНР трябва да постига баланс между високото качество, което не винаги постига висок рейтинг, съответно - рийч и достъп до определен дял от аудиторията. Създаването на висококачествена журналистика, която се следи от нулева част от аудиторията често поставя въпроса дали и до каква степен обществената мисия на БНР е изпълнена. Тази логика, пренесена в темата за подкастите, насочва, че БНР следва да разпространява създадените подкасти, така че да достигат до максимално възможния дял от аудиторията, като отстранява с цената на всичко технологичните решения, които водят до ограничаване на достъпа на слушателите по един или друг начин. Не всички решения дават равни възможности на аудиторията да следи създадените подкасти. Общественото радио трябва да прилага тези, които дават максимални резултати.

През октомври 2019 г., първият подкаст на БНР „BETAgames“ заживява своя живот в платформата за аудио споделяне Soundcloud (2022). Това първоначално технологично решение спестява много допълнителна работа и ресурси и стъпва на вече разработената и утвърдена в световен план платформа. Успоредно с това, екипът на Българското национално радио разчита на технологичните решения, прилагани в тази среда, като подходът в значителна степен позволява да бъдат преодолените характерните за всяко ново начало трудности. Това, обаче, има и своите съществени недостатъци.

Данните от страниците на БНР показват, че слушаемостта не е достатъчно висока. Soundcloud е платформа, която обслужва нуждите и се ползва с голямо доверие от създателите на музика, които оперират с правата на своите произведения и ги продават на потребители по целия свят. Това обаче не го прави достатъчно популярен сред масовия потребител на подкаст съдържание (Götting, 2022). Затова екипът, който работи за успешното позициониране на формата в интернет пространството, започва да разпространява подкастите на БНР и в

другите световно признати платформи за аудио споделяне като Spotify, Apple Podcast и Google Podcasts, като ги поддържа още в същия месец - октомври 2019 г. Започва да се увеличава броят на тематичните подкасти, създавани „под шапката“ на общественото радио, както и на хората, до които те достигат чрез различните канали. Но това не е достатъчно. Появява се следващият съществен недостатък, обусловен от новата среда – липсата на тематично обособяване на подкастите.

Подкастите могат да бъдат интересни, защото предоставят профилирана и тясно сегментирана информация. Смесването на темите и съдържанието е основна грешка, която отблъсква потребителите, които следят един или друг подкаст. Това е и възприетият от общественото радио подход, както се вижда на изображение 1. Подкасти на тема литература, медицина и формат, създаден за младежка аудитория, се редуват на опашката за вниманието на потребителя. Всички подкасти, които се реализират с вътрешни ресурси на БНР, както и външните продукции, са разпространявани през един профил във всяка една от споменатите платформи.



Изображение 1: Смесване на различните по тематика подкасти в профила на БНР в Spotify. 19.09.2022 г.

При този подход целият трафик се концентрира в една точка и един профил, така че да се изгради разпознаваемост на бранда БНР в

света на подкастите. Това на практика означава, че цялото съдържание, произведено от БНР влиза в един поток, при който няма ясно обособяване по теми и направления. Въпреки че тази идея има известни предимства, подходът води до объркване на аудиторията и нейното поетапно дезинтересиране. Вместо да увеличи аудиторията на БНР подкастите, обединяването в един профил води до драстично намаляване на редовните потребители, като това става ясно от средния брой слушатели на различни епизоди от едни и същи рубрики. В този смисъл, може да се приеме, че този подход кардинално противоречи на същността на формата подкаст и на логиката, която стои зад неговата популярност. От тази гледна точка, общественото радио в България би било по-успешно в тази сфера ако раздели подкастите, които създава по теми и запази тяхното сегментиране. Така, вместо да има един общ профил на БНР, в който да се публикуват всички подкасти на общественото радио, без да има тематично разделение, медията може да разделя съдържанието си по начин, който да позволи на аудиторията да следи определени теми и направления. Разделянето им би имало положителен резултат за посещаемостта и слушаемостта на подкастите на БНР, но би увеличило драстично разходите. В значителна степен това е и причината екипът на БНР да отлага вземането на такова решение и да търси алтернативни подходи. Има ли обаче такива? Опитът на Британската обществена медия, BBC, по-скоро потвърждава успеха на този подход. Тя е сегментирала всички свои подкасти в различни профили в платформите за аудио споделяне, което позволява на всеки потребител да следи само тези, към които има интерес. В резултат на това е изградена огромна аудитория, която има изключително висока степен на лоялност. Така, за сметка на изключително завишените разходи, BBC успява да изгради значителна слушаемост на своето съдържание в интернет среда и достига до рекордните 288 млн. тегления на подкастите си в целия свят само за първото тримесечие на 2022 г.

(BBC, 2022). Но те крият и още една възможност, която помага за този успех.

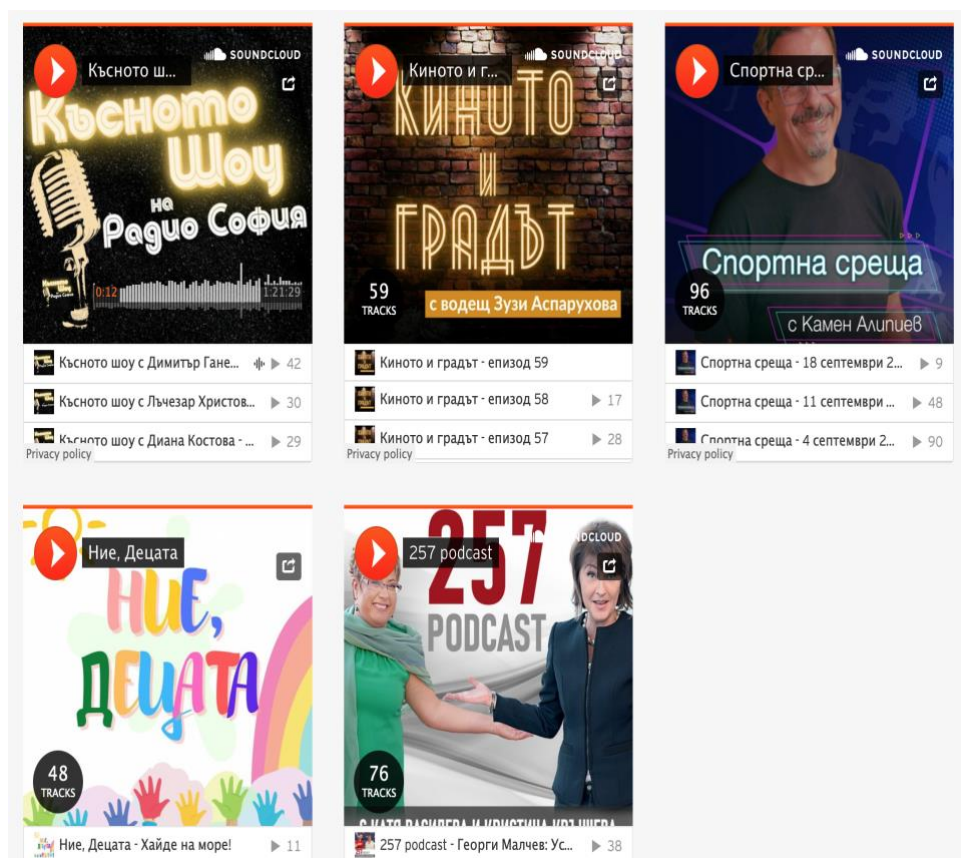


И още над 80 други тематични подкасти в семейството на BBC, които се разпространяват от самостоятелни канали.

Един канал, чрез който се разпространяват над 25 напълно самостоятелни подкасти и над 10 предавания по понскване.

Изображение 2: Сравнение на подхода за разпространение на подкастите на BBC и БНР към 19.09.2022 г.

Следващ опит за по-успешно сегментиране и персонализиране на потребителското изживяване отвежда обратно на страницата на Българското национално радио. На пръв поглед далновиден подход, който цели да достигне до редовните потребители на БНР в интернет. Екипът на БНР се опитва да съчетае успешно основните позитиви от двата подхода. В резултат на това, от 2020 г. на страницата на БНР започват да се вграждат предварително генерирани в платформата Soundcloud плейлисти, които групират епизодите на даден тематичен подкаст. Така потребителите могат да слушат желаното от тях съдържание, без да се смесва с диаметрално противоположни теми.

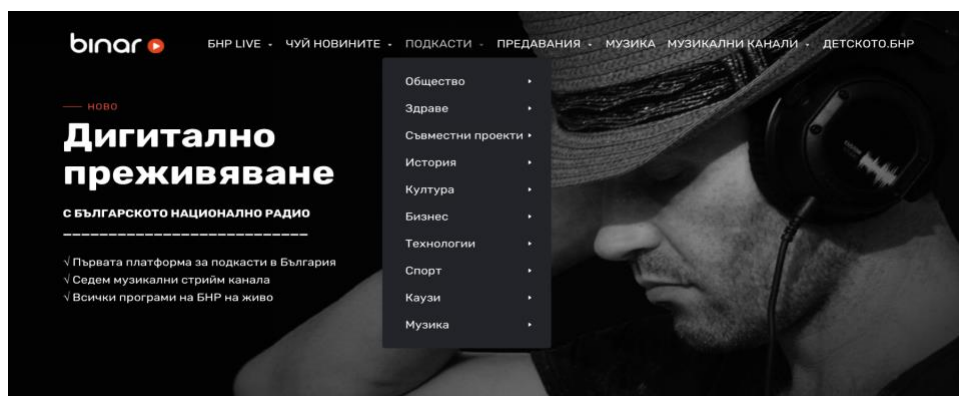


Изображение 3: Сегмент с плейлистите на различните подкасти, поместени на страницата на Радио София към 19.09.2022 г., практика, която се прилага и на основната страница на БНР в интернет.

Така броят на слушанията на подкастите на БНР се повишава, преди всичко благодарение на достъпността и рекламата в основния сайт на медията. Онези част от българската аудитория, която би имала интерес към това съдържание, но не е подозирала за съществуването му, вече има достъп до него. Основният недостатък на този подход е, че големият пропуск в организацията на подкастите на БНР в платформите за аудио споделяне остава неразрешен – липсва организация при качването на подкасти, което води до системна непредвидимост на публикациите и поетапно дезинтересиране на аудиторията. В този процес всички звена от програмите в системата на БНР имат възможност да качват изготвените си материали в общия профил на общественото

радио в платформите за разпространение на подкасти. В резултат на това, цялото съдържание се публикува в общ канал, без да са налице тематични разделения.

Екипът на БНР достига до следващото технологично решение за изнасяне на подкастите в отделна среда. За да се оптимизира разпространението на подкастите на общественото радио и да се намали дискомфортът и хаосът, които съпътстват потребителите на подкаст съдържанието на БНР в платформите за аудио споделяне, радиото създава своя собствена среда. Или по-точно, създава нова директория във вече съществуващия сайт, част от структурата на БНР - binar.bg. По този начин през 2021 г. се появява първата платформа за подкасти в България. В тази платформа се качват всички нови издания на различните по тематика подкасти в различни подразделения – Общество, Здраве, Съвместни проекти, История, Култура, Бизнес, Технологии, Спорт и Музика. Това позволява персонализирано изживяване на потребителите и осигурява безплатен достъп за всеки, каквато е мисията на БНР като обществена медия. Освен подкасти, дигиталното преживяване с Българското национално радио включва и достъп до всички програми на БНР на живо, новините на БНР, предавания, различни музикални канали на живо, музика и Детското.БНР.



Изображение 4: Начална страница на binar.bg и тематичното разпределение на подкастите към 19.09.2022 г.

Кратката история на технологичните решения за изнасяне на подкастите на БНР в отделна среда преминава през няколко етапа. Екипът на общественото радио нееднократно прави опити за съчетаване на различни подходи, така че да се постигне максимален резултат. Дали вече е постигнат и ще бъде ли трайно последното технологично решение, е трудно да се определи. При сравнение на практиката в БНР с тази на BBC, например, става ясно че другите обществени доставчици на медийни услуги в Европа продължават да търсят и прилагат нови технологични решения. Така например BBC, очевидният модел на подражание на БНР с тяхното BBC Sounds, създадено през 2018 г., въвежда цялостно ново решение за разпространението на подкастите си от началото на 2022 г. (BBC, 2021). Медията запазва изключителните права да разпространява всички подкасти на BBC първо ексклузивно на тяхната платформа BBC Sounds, а след определен период те вече могат да бъдат намерени и в популярните платформи за аудио споделяне. BBC Sounds включва подробно сегментиране и профилиране на всички отделни подкасти, като това дава възможност на потребителите да следят само темите и сериите, които ги интересуват. Успоредно с това, вече изградената аудитория на подкастите на BBC няма друг избор, освен да следи новите епизоди непосредствено след качване на BBC Sounds.

Разликата между подхода на двете медии е, че британската обществена медия изгражда изцяло нова платформа през 2018 г., която разчита на добре утвърдени подкасти с активна и лоялна аудитория и на високотехнологични решения, които позволяват на BBC да разполага със стабилна, работеща платформа. По този начин британската медия изтегля цялото си съдържание от всички други платформи и го концентрира в собствената си разработка. Обстоятелството, че тя е

добре функционираща, позволява този преход да бъде плавен за аудиторията.

В контекста на Българското национално радио и реализираните от него подкасти, може да се приеме, че процесът на развитие на технологичните решения, свързани с изнасянето на подкастите в отделна среда би следвало общите тенденции. Въпреки това, БНР разполага с ограничен бюджет, който трудно би позволил цялостното разработване на самостоятелна платформа за подкасти, сравнима с тази на BBC. Това би било трудно постижимо, както поради чисто бюджетни причини, така и заради малкия брой подкасти на БНР. Дори и да бъде разработена изцяло нова и самостоятелна платформа, напълването ѝ със съдържание, което да привлича и най-вече – да задържа аудиторията, би било трудно постижимо.

В този смисъл, БНР най-вероятно ще продължи да разчита на хибриден модел, който да съчетава най-добрите страни от различните решения, описани по-горе. В случай, че екипът на общественото радио има за цел да повиши посещаемостта на собствения си сайт, БНР може да предоставя достъп до подкастите си ексклузивно на сайта си за определен период от време, а след изтичането му – на всички съществуващи платформи. Така аудиторията, която следи подкастите на БНР, ще посещава приоритетно сайта на БНР, а другите платформи биха привличали нова или периферна аудитория.

В резултат на това, може да се обобщи, че Българското национално радио въвежда подкаста като специфичен и самостоятелен журналистически формат относително късно. Средата, в която реализираните от общественото радио подкасти се разпространяват еволюира като на три пъти прави качествени промени. Всяка от тях е свързана с достигането до по-голяма част от аудиторията, като усилията на екипа на БНР на практика дават успешни резултати. Първите стъпки на подкаста в системата на БНР се опират на международни платформи,

които гарантират работещи решения и достъп до широка международна аудитория. Относително ниската популярност на част от тези платформи сред българската аудитория, съчетана с непопулярността на българския език в глобален план съвсем логично водят до ниска популярност на подкастите на БНР. Следващите стъпки съчетават предимствата на международните платформи с популярността на интернет сайта на БНР сред българската аудитория. Така екипът на БНР успява да гарантира устойчиви технологични решения и широко разпространение сред българската аудитория. Третата и последна към момента еволюционна стъпка на подкастите в БНР разделя платформите на две автономни части – запазва се разпространението в международни платформи, но се използва и собствената за БНР платформа на сайта binar.bg. В резултат на това се постига устойчивост на технологичните решения на БНР в собствената ѝ среда. Това, от своя страна, поставя въпроса за бъдещето на подкастите в системата на общественото радио и средата, в която те ще се доставят до аудиторията.

Наличието на устойчиво вътрешно за БНР решение дава възможност да се следва модела на други обществени медии, като в значителна степен се редуцира присъствието в международни платформи. Дали това ще се реализира и каква ще бъде успеваемостта на такова решение, зависи от чисто бюджетни и организационни въпроси. За да бъде успешна, обаче, такава промяна трябва да бъде свързана със значително повишаване на производството на подкасти от БНР, както по количествени, така и по качествени показатели. Общественото радио има човешкия и професионален ресурс да (о)стане водеща медия в света на подкастите. Ако те имат високо качество и бъдат доставяни до по-голяма част от аудиторията, обществената мисия на БНР би била реализирана в значително по-пълна степен. А това би било успех както за ръководството на БНР, така и за целия екип на радиото.

Използвана литература:

ГРИГОРОВА, Геника (2019). Развитие на българската подкаст сцена в периода 2014-2019. *Медialog*, бр. 6/2019, с. 290-318.

BONINI, Tiziano (2015). The Second Age of Podcasting: Reframing Podcasting As a New Digital Mass Medium. *Quaderns del CAS*. 41.

Използвани източници:

ЗАКОН ЗА РАДИОТО И ТЕЛЕВИЗИЯТА, обн. ДВ. бр. 138 от 24.11.1998 г.

BBC (2021). Why will some radio programmes be available first on BBC Sounds after broadcast? <https://www.bbc.co.uk/sounds/help/questions/programme-availability/sounds-exclusives>

BBC (2022). Record 4 million people using BBC Sounds per week. <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/2022/record-4m-people-using-bbc-sounds-each-week>

GOETTING, Marie Charlotte (2022). *Subscriber share of music streaming services worldwide Q1 2021*.

The Associated Press. Queen's Christmas speech on podcast. *NBC News*, 22.12.2006. <https://www.nbcnews.com/id/wbna16322845>

Royal.uk. 2006. Christmas broadcast 2006. <https://www.royal.uk/christmas-broadcast-2006>

SoundCloud. 2022. BETAgames no Радио София. <https://soundcloud.com/bnrpodcasts/sets/betagames>>

Александра Илиева е докторант в катедра „Радио и телевизия“ при Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ „Св. Климент Охридски“. Завършила е бакалавърска програма по Книгоиздаване, а впоследствие и магистърска програма „Дигитални медии и видеоигри“ в същия университет. Работи като водещ в Радио София на Българското национално радио от 2016 г., като в периода до 2022 г. е реализирала редица предавания, събития и подкасти в системата на общественото радио.

Alexandra Pieva is a PhD student in the “Radio and Television” department of the Journalism and Mass Communication faculty of Sofia University “St. Kliment Ohridski”. She has a bachelor degree in Publishing, a Master degree in Digital media and Videogames. She has been a radio host in the Bulgarian National Radio since 2016 and since then, she has introduced a number of new shows, events and podcasts in the BNR.