

ДИМИТЪР ФИЛИПОВ, докторант

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", Благоевград

**СЪС СЪВРЕМЕННО И МОДЕРНО ЗВУЧЕНЕ - СОЦИАЛНО ОТГОВОРНИ ПОСЛАНИЯ
В РАДИО ЕФИРА**

**SOUNDING CONTEMPORARILY AND UP-TO-DATE – SOCIALLY RESPONSIBLE
RADIO BROADCASTING MESSAGES**

DIMITAR FILIPOV, PHD student

SOUTH WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", Blagoevgrad

Abstract: The article aims at demonstrating the actual situation of a quite large group of the coming young generation, the teenagers, reminding briefly of a part of our social-economic reality. The thirst with which models of behaviour are sucked in and reincarnated, models that have established a seeming impression of intangibility and impunity, fomenting the myth that they possess everything necessary – measured solely and only by material achievements – disparaging the moral, spiritual values and codes. And perhaps what is most maleficent in the case is that we are gradually getting used to that situation, and even regard it as something normal.

The major idea is to specify that the institutions – and media, most of all – should really stick to socially responsible behaviour in their broadcasts and shows. This function should be intrinsic to them but recently it has quite frequently been displaced by some commercial behaviour, stimulating the inadequate, the anti-social, hidden beneath the unwritten rule – the more cynical, the more arrogant, the more “free” the media behaviour is – the higher the rating and the more profitable the activity will be, and unfortunately this “recipe” works.

The other important issues are the particular examples of the possibility to implement nowadays socially responsible messages still sounding modern and up-to-date. This way we could avert thinking of the young Bulgarian reader, listener or spectator as one having the completely unfair image of a narrow-minded, stupid and demoralized person.

Key words: Social-economic reality, models of behaviour, social responsibility, socially committed institution, socially responsible message, media, media area, media policy, radio broadcasting, radio message, contemporary sound, target audience.

Колкото и да е омръзнало на почти всички, оправданията за несполуки в социалноикономическата ни действителност ще продължат да визират периода на т.н. преход. За хубаво или не тези оправдания, до известна степен са основателни, но със сигурност всички губим, дори голяма част от нас все още да не осъзнават, ако не обърнем подобаващо и отговорно внимание на случващото се в така важната за бъдещето ни част от обществото – тинейджъри, подрастващи, младежи.

Виждаме с каква жажда се попиват и превъплъщават модели на поведение, създали привидното впечатление за

недосегаемост и безнаказаност, подклаждащи мита за притежание на всичко необходимо- измерващо се само и единствено с материални постижения - принизяващи морални, духовни ценности и норми. И може би най-пагубното в случая е, че започваме да свикваме с това положение, дори да го приемаме за нормално.

Не ми се иска да подхващам темата за правилно и неправилно, защото това е редно да бъде личен избор, но съизмерим поне с моралния принцип: ако не можем да помогнем, то да не вредим. Правя това отклонение поради факта, че днес лесно ще бъдем упрекнати в примитивност

разсъждавайки по този начин и затова вината е на всички ни. Естествено, има органи и институции, които по презумпция е редно да съблюдават, поощряват и провокират социално отговорно поведение. Някои го правят. Ето тук е вероятно и част от спасителното въже, което би ни извело от тунела на негативните явления в настоящето, касаещи визираната група от социума. Почти не обръщаме внимание на противоположната страна.

Ако се замислим всеки от нас ще се досети за достатъчно примери на коректен, любознателен, социално адекватен младеж, който търси по честен и морален начин мястото си в обществото ни, и това е нормалният начин. Този нормален начин обаче, продължава до момента, в който прагът на социална отговорност и чувствителност не се пречупи от реалността. Пътищата тогава са няколко. Едни от вариантите - "оставам тук и се оправям", но вече по "другия" начин или си "вдигам шапката" да преследвам преувеличени чужди мечти в чужда страна. Там успяваш с почти същите темпове като в родината си, но с тази разлика, че усещаш по-голяма сигурност, защото добре замаскираната, привидна демократичност на избора те вкарва в унифициран калъп и си принуден да бъдеш в крак със закона, социално ангажиран и отговорен.

В контекста на написаното до тук, безспорно не еднократно, сме се натъквали и на обвинения срещу, най-общо, една от претендиращите за социално отговорно ангажирана институция – медията. Обвиненията, ако бъдем откровени, в голяма част от случаите са основателни. Няма как упорито търсената евтина комерсиализация и провокирани неадекватни, антисоциални, криещи се зад неписаното правило - колкото по-цинично, по-арогантно, по-"свободно" поведение в медийното пространство, толкова по-добре, по-висок рейтинг, по-доходоносно и за съжаление тази

рецепта у нас работи, да не окаже влияние върху младежите. Естествено и тук попадаме в омагьосан кръг. Всичко това съществува, защото има аудитория и си е истинско геройство да се стремиш да останеш "чист" и задоволяваш интереса на останалите групи в обществото.

По този начин, съвсем несправедливо изграждаме цялостния образ на българския млад читател, слушател и зрител, като ограничен, затъпяващ и деморализиран. Новините и хрониките са пълни с подобни примери. Редно е да си зададем въпроса, а какво да правим с останалата част и как да провокираме адекватно, със съвременен и модерно звучащо съхранение и увеличаване на тази младежка аудитория. Не трябва да си затваряме очите. Нея я има, съществува и жадува задоволяването на своите потребности, със сигурност и от радиоефира.

В контекста на посоченото, Снежана Попова (*сред авторите изследващи радиото и публиките му*) отбелязва: "Като общ резултат медията радио бележи "едностранно развитие". Радиото в България подценява възможностите за "работа" с културния капитал на слушателите – като по-сложен комплекс, като цел и продукт на диалога"[1].

Но нека бъдем наистина реалисти. Все още има радиопрограми и предавания, които успяват да поддържат, чрез водената медийна политика и подходящи радиоводещи, филтриран ефира си. В никакъв случай тук не бива и да става дума за цензура.

Да се върнем няколко месеца назад. В ефирното радиопространство на Югозапада, в продължение на около година и половина, се излъчваше вечерното младежко предаване "Преди нощта". Основната идея на предаването бе да се коментират морално значими теми от ежедневието най-вече на младежите. Там присъстваха и темите за сексуалната ориентация, за приемането или отхвърлянето на типовете поведение, противопоставянето между поколенията.

Всъщност нямаше теми табу, но всичко бе прецизирано и поднасяно на ниво. Рискът в случая идваше от директните включвания на слушатели, при което понякога появата на цинично отношение и вулгарен привкус е много трудно овладяемо. Но споменатото по-горе явно си пролича и тук. За подобни случаи, по моите наблюдения, не си спомням или, ако е имало са били в рамките на малко по-широките представи за благоприличие. След проявен от моя страна интерес се оказа даже, че има слушатели, сериозно провокирани от предлаганите теми, които поради липса на телефон изминават по няколко километра, за да вземат участие в коментарите, добирайки се до телефонен апарат някъде по околностите на селцето в което живеят. Още едно потвърждение за наличието на подобна аудитория и необходимостта от задоволяване на такъв род интереси, и социално отговорния подход на медията, предаването и водещите в случая.

Малко ми е трудно да си представя подобно поведение на аудиторията на "Тройка на разсъмване", където понякога задаваните въпроси сутрин са от типа "как го правихте снощи?" или "за и против тройките?", въпреки че не е изключено. Тук обаче, провокацията е на съвсем друго ниво и се цели популярност чрез един от най-лесните психологически подходи, основаващи се на безусловно заложените, първични реакции и възприятия. Подход, който безспорно носи успех на предаването и не малка публика, но не дава нищо на слушателите като личностна придобивка и обогатяване.

И в двете предавания са коментирани, понякога, близки теми, но разликата е в стила на поставяне и идеята на провокацията. И в двата случая атрактивността и модерното звучене си има своето измерение, но в първия социалната отговорност на посланията е приоритет.

Днес можем да слушаме "С блондинка и брюнетка". Предаване, което още с името си красноречиво претендира за младежката аудитория и определено навява еротичен привкус. До тук със сигурност се побира в категорията за съвременно, провокативно и модерно. В подтекста на споменатото, вниманието ни се насочва към вероятно търсен аналог на посоченото по-горе "Тройка на разсъмване". Ситуацията обаче, отново е различна. Неговите слушатели, предимно младежка аудитория, са наясно, че и тук става въпрос за теми вълнуващи тинейджъри, студенти и младежи по дух. Дори водещите са студентки. Но отново, вероятно и поради медийната политика, което се улавя и в други програми на съответната медия, и екипа на предаването, поднасяните форми са прецизирани и изведени отговорно на фона на привидно неангажиращите диалози, закачки в студиото. За да стане още по-ясно ще се спра малко по-подробно на част от концепцията заложена в посочения пример, резултат от лично проучване за целите на разработван дисертационен труд и съдействието на екипа подготвящ предаването.

"С блондинка и брюнетка" е един авторски, студентски проект, реализиран на практика с подкрепата на регионална медия, която има сериозен авторитет в Югозападна България. Първото предаване се излъчва на 29.02.2008г..

На територията на Благоевград и региона съществуват няколко младежки радиостанции и предавания, които са ориентирани към младите хора. Но "С блондинка и брюнетка" се позиционира в радиоефира като една вълнуваща смесица от специализирано младежко и забавно радиопредаване, което взема под внимание проблемите касаещи както младите хора от града, така и студентите на Югозападния университет. До този момент не се обръща достатъчно внимание на мненията, изискванията на

младежите и конкретна целева аудитория - студентите в града и района.

Посланията, които се отправят към аудиторията, водещите групират по следния начин:

- Толерантност към различни теми, гости и мнения. Съпричастност към споделяните в ефира нагласи и зачитане правото на избор на другия участник в разговора.

- Разбиване на социалния мит, клишето за блондинките и брюнетките – според тях блондинките са красиви и любознателни, а брюнетките са чаровни и забавни.

- Окуражаване слушателите да бъдат честни, открити, споделящи мнението си и да притежават по-висока самооценка и самочувствие.

Начините, по които екипът се стреми да спечели и задържи вниманието на слушателите са няколко:

- Забавни, провокативни, информативни теми и въздействащи игри;

- Съпричастност, изслушване на проблемите и мненията;

- Достъпен езиков стил, съобразен с аудиторията;

- Възможност за осъществяване на ефирна и последваща обратна връзка с предаването;

- Свободно изразяване и коректно отношение към личното мнение на радиослушателите;

- Съобразяване с препоръки и предложения на слушателите относно съдържанието, стила и други моменти от концепцията;

- Възможност за включване на потенциалните слушатели като кореспонденти или гости на предаването;

- Подходяща, тематично и стилово подобрена музика.

Естественият стремеж на младите хора да бъдат любознателни, разкрепостени и различни, предопределя и разнообразието на темите в “С блондинка и брюнетка”. Екипът ще продължи да поддържа тази фина смесица от провокативни и забавни, редуващи се със сериозни и информационни теми, изведени с отговорност. Поредният пример за възможността да се постигнат, със съвременно и модерно звучене - социално отговорни послания в радиоефира.

ЛИТЕРАТУРА:

1.Попова, С., “Радио, публики, стилове”, ИК ЛИК, 2004, 140 с.;

2.Поместената информация в статията се базира на изследване, наблюдения, анализи и интервюта, дело на автора, част от дисертационен труд на тема “Социалната отговорност на ПР посланията в радиопредавания за младежта”.