

nellyo.wordpress.com
31.07.2015 г.

Има ли нужда БНР от посредници до аудиторията си

Вече стана дума за петте програми, които се появиха на сайта на БНР с марката Digital radio. Въпросът е какъв е интересът на българското обществено радио да плати за програми с търговска марка Digital radio, за да ги включи в програмите на сайта си. Защо едно обществено радио с 1450 души, музикални състави от най-висок клас и златен фонд плаща на външно търговско дружество за тези пет музикални програми Smooth, Rock, DJ, Pop и Hip-Hop.

Вече стана дума за това, че общественото радио има **уникални функции и уникална мисия** и **не всичко**, което някой предлага да се качи на сайта на БНР, е допустимо и законно да се финансира с публичен ресурс. Според журналисти на заседанието на СЕМ в четвъртък генералният директор на БНР попитал къде пише – ако наистина е възникнал такъв въпрос – ето тук : Съобщение на ЕК, основано на договорите и практиката на Съда на ЕС.

Вече стана дума за това, че БНР носи **редакционна отговорност** и трябва да има пълен контрол върху съдържанието, достъпно чрез сайта му.

Вече стана дума, че **не се обсъжда технически въпрос** – един плейър, едни стриймове – а **програмна политика** (5 от обявените 22 програми на общественото радио, според съобщението на сайта на БНР). От което следва, че не може решения от подобен тип да се вземат неизвестно на какви нива или еднолично.

Но сега за друго. Радиото получава публичен ресурс, за да информира, но също и да се развива като **основен български културен институт**. За какво плаща БНР на частно дружество: за стрийминг и за търговска марка, казва Мартин Захариев (*Клубът на журналистите*, БНР, водещ Ирен Филева).

Какво се оказва: БНР, основен български културен институт, става **един от клиентите** на частно дружество и марката на това дружество се появява върху музикалните програми на сайта на общественото радио. **Какъв е общественият интерес** да се сключва договор, по силата на който **на изхода на БНР** (ако предположим, че правата за стрийминг на произведенията са на БНР – което е отделен въпрос, подлежащ на проверка) се появява **посредник** към аудиторията?

Наистина ли **няма кой в БНР да се занимае със стриймването**, та да се налага да се възлага на колеги – директори/бивши директори/собственици на радиа от частния сектор? Наистина ли? След опита от Бинар? И не, не е убедителна тезата за цената, когато говорим за цифровото бъдеще на радиото.

Наистина ли тези програми **вече се предлагат на телекоми** и на всеки, който ги желае, срещу заплащане, **под марката на частно дружество**? Наистина ли? **Офертите са на пазара** – в каталозите на телекомите. Това казват и прессъобщенията на частното дружество – партньор на БНР:

На сайта на СЕМ е публикувано Решение, в което Съветът указва на БНР

1. Сключеният от генералния директор договор с Уеб радио и ТВ ООД да **бъде одобрен от Управителния съвет** с оглед разпоредбите на чл. 62, т. 2 и т. 3 от Закона за радиото и телевизията.

2. Настоящият договор, както и вобще сключването на подобен вид договори, които пряко кореспондират с лицензираните записи на Българското национално радио, върху които медията притежава права, да се прави само **след обсъждане на събрани и налични детайлни, пълни и ясни обосновки относно:**

- типът съдържание, което ще се предлага и по какъв начин;
- причините, налагащи това съдържание да не се създава самостоятелно от доставчика със собствен технически, персонален и авторски ресурс;
- начина и критериите за избиране на партньор за осъществяване на услугата;
- механизмите за осъществяване на редакционна независимост и
- механизмът за осъществяване на последващ контрол.

3. Българското национално радио да **актуализира и разшири обема на Правилника** за участието на БНР в съвместни продукции и предавания, създадени от независими продуценти, приет на основание чл. 47, т. 4 от ЗРТ, като в него се предвидят и разпишат правила за уреждане на казуси, подобни на възникналия от договора, сключен с Уеб радио и ТВ ООД. Същият правилник следва да въвежда и гаранции и механизми за оказване на последващ контрол, както и на пълна редакционна независимост. Да се предвидят гаранции името и сайтът на обществената медия да не се използват за лансиране на търговски марки на търговски партньори.

4. Общественият доставчик да изработи **Правилник за дигитализиране на културното наследство и звукозаписния фонд на БНР** като стъпка за допълнително гарантиране опазването на културната памет на страната.