

Нови бизнес модели за разпространение на продукта на радио индустрията посредством дигитални технологии

Христин Стрижлев*

Резюме: Настоящата статия изследва новите бизнес модели на разпространение на продукта на радио индустрията – радио програмата – посредством дигитални технологии. Развитието на Интернет и технологиите в тази сфера оказват огромно въздействие върху всички медии, включително и върху радиото. Навлизането на мобилните технологии и възможността на мобилния телефон/смартфон потребителят да получава достъп до неограничено съдържание, също повлияват на електронните медии и услугите, които те предлагат.

Най-общо може да се каже, че едновременно с ефирното си излъчване или излъчването по кабел и сателит, радиото е вече достъпно и в Интернет и на мобилни телефони. И не само това – целта е тази достъпност да носи приходи на радио операторите и да им дава конкурентни предимства в сравнение с другите конвенционални и дигитални медии.

Ключови думи: радио индустрия, интелектуална собственост, дигитална среда, разпространение на радио програма.

JEL: O33, O34.

* Христин Стрижлев е доктор по икономика, асистент в Институт по творчески индустрии и бизнес.

Увод

Творческата икономика е икономика, в основата на която стои интелектуалната собственост (творчеството и знанието) и чиито елементи са творческите индустрии (Борисова, 2010). Творческите дейности са в основата на обособяването и развитието на творческата икономика. Тя е изградена от различни видове творчески индустрии. Творческите индустрии, които изграждат творческата икономика, функционират на базата на определен вид творчество, което може да бъде научно, технологично и културно. Творческите индустрии, сред които са музикалната, радио и телевизионната, филмовата, сценичните и други, се развиват изключително успешно в световен план, особено през последните 10 години.

Творческите и интелектуални усилия, които стоят в основата на създаването на радио програми и на тяхното разпространение и способстват за постигането на икономическите резултати, които се целят с този вид дейност, определят радио индустрията като една от основните творчески индустрии.

В основата на радио индустрията е радиото, което като медия от своето създаване в началото на XX век до днес се радва на изключително голямо внимание от страна на аудиторията.

1. Радиото в интернет среда

Интернет е най-новата медия в медийното пространство и е медията на информационното общество.

Интернет възниква като компютърна мрежа преди около 40 години по проект на военното ведомство на САЩ за свързване на компютърни мрежи с други радио или сателитни комуникационни средства.

От техническа гледна точка в момента Интернет е система от независими компютри, свързани помежду си посредством телекомуникационна мрежа.

От икономическа гледна точка Интернет е група от споделени ресурси – трудови, финансови и най-вече информационни – достъпни на широк кръг лица, чрез новите информационни и комуникационни технологии.

От социална гледна точка Интернет е общност от хора, които вземат участие в производството, разпределението и потреблението на посочените ресурси.

Сред най-важните характеристики на Интернет е интерактивността на комуникацията. Интерактивност – това е възможността да се извлече точен отговор на конкретен въпрос от даден информационен източник, и то чрез контрол от страна на потребителя на комуникационния процес, като той си взаимодейства не само с източника на комуникацията, но и със съдържанието на съобщението.

Тук е мястото да дефинираме и понятието мултимедия – широк набор от софтуер и хардуер за комбиниране на звук, текст, цвят и картина, с цел пресъздаване на реалността по най-добрия начин – на компютъра ни.

Потребностите и шансовете на радиото като медия да се развива се определят от това доколко радиоиндустрията ще се окаже гъвкава да използва новите реалности в комуникацията между брандовете и фирмите (в ролята им на рекламоатели) и бурно променящото се поведение на хората, използващи не само радиото като

източник за удовлетворяването на техните музикални вкусове и нуждата им от информация. Радиопазарът може да бъде в положителна симбиоза с използването на контактите на радиото със социалните мрежи, с търсачките в Интернет, с мобилните технологии.

Радиото като медия в съчетание с другите медии има шансове да запази устойчива и важна роля като рекламен канал.

За да може да усвои добър пазарен дял в тази ситуация, радиото залага на развитието на вертикална интеграция – Радио, Интернет, Мобилни платформи – така че да даде на рекламоателите нови възможности за достигане до по-големи групи от техни клиенти, а на слушателите да даде нови възможности за най-пълно удовлетворяване на техните потребности откъм информираност, музика, забава, развлечение, подобряване на начина на живот и други, с помощта на различните средства на тази вертикалната интеграция.

За тази цел радиото предоставя повече и по-голяма стойност за своите клиенти чрез съчетаване на УКВ излъчването (аналогово или цифрово) с интерактивни способности като връзка със социалните мрежи, мобилни приложения на смартфони с операционни системи Android, iOS, Symbian, WindowsPhone.

Същевременно, радиото дава на своите рекламоатели възможността да рекламират стоките и услугите си не само в програмата на радиото, но и на неговия сайт, чрез различните рекламни форми, присъщи не интернет пространството, най-вече чрез рекламни банери.

На своите слушатели пък интернет средата, използвана от радио операторите дава възможност за подкаст – прослушване на определени предавания или песни от програмата, вече излъчени в ефир. Както и участие в игри и анкети, участие в чат, участие в социални мрежи и др. интерактивни форми.

Разпространението на радио програми в интернет се осъществява чрез стрийминг в интернет сайта на съответното радио или чрез приложения за смартфони и таблети.

1.1. Разпространение чрез собствен интернет сайт

Един от най-разпространените методи на излъчване на радио програма в дигитална среда, в интернет, е чрез собствен интернет сайт на радиото. Почти всички радиостанции поддържат свой сайт, който има различен вид и предназначение, определящо за които са типа радио и формата на програмата му.

По отношение на типа радио – обществено или търговско – съответният сайт има както сходни елементи, така и различия. Сходството се изразява в това съдържание, което е присъщо за всички корпоративни сайтове – наименование на организацията, възможност за контакти, описание на историята и структурата на организацията, приложимо законодателство, полезни връзки и др.

Различията са в зависимост от типа радио:

При обществените медии акцентът е насочен към желанието за отчетност на изразходваните обществени средства и към многообразие на съдържанието, което се създава и което трябва да бъде предназначено за широк кръг публика. В тази връзка, присъстват различни подстраници с финансови отчети, с решения на ръководни органи, с вътрешни правилници и т.н., както и подстраници с разнообразно съдържание и възможности за чат и подкаст на отделни предавания. По правило се съхраняват големи обеми архиви на различни предавания, концерти, събития.

При търговските медии акцентът е насочен към основната им цел – реализиране на търговска печалба. В този смисъл, съ-

държанието е максимално комерсиално, целящо привличане на аудитория и съответно рекламодатели. Показва се зоната на покритие на радиостанцията, дава се информация за рейтинги, за цени на рекламата и изгодни рекламни пакети.

Формата на радиото също е определяща за вида на интернет сайта му. Важно е да напомним, че радио формат или формат за програмиране се отнася до програмното съдържание, излъчвано от радиостанцията, като различните формати са предназначени за достигане до специално определен сегмент от населението въз основа на такива демографски критерии като възраст, етническа принадлежност, произход и др. В този смисъл, в зависимост от формата, се определя видът на интернет сайта на съответната радио организация. Ако радиото излъчва програма, предназначена за млади хора, видът на сайта и съдържанието му ще е един и съвсем друг ако програмата е предназначена за хора на възраст над 55 години.

Независимо от вида на интернет сайта на всяко едно радио, основното, за което този сайт се създава, е за да се даде възможност на слушателя да слуша програмата чрез компютъра си или друго такова устройство в интернет среда. Повечето радиостанции използват за целта атрактивен бутон/бутони, поставени на видно място на основната си интернет страница. Дава се възможност на слушателя да избере различно качество на сигнала, в зависимост от скоростта на своя интернет и качеството на техниката, която се използва. На практика, това, което се подава, е линейна програма, предварително подготвена от екипа на радиостанцията. При тези радиа, които излъчват ефирно, програмата в интернет е идентична с тази в ефира. Много програми се излъчват само в интернет, без да е налице едновременно ефирно излъчване. И при двата варианта говорим за стрийминг канал/каналы. Въз-

можен е трети, комбиниран вариант между посочените два – ефирна радиостанция излъчва идентична на ефирната си програма в интернет чрез интернет сайта си и едновременно с това създава и излъчва един или множество стриймове, с различно съдържание само в интернет. Пример за такъв много успешен модел е френското радио Nostalgie. Освен основната си програма, то създава и излъчва в интернет над 30 нишови музикални стрийма, оформени по най-различни критерии и предназначени за различни аудитории. По този начин се привлича допълнителна аудитория и се реализират допълнително приходи от реклама в интернет и от аудитория на стриймовете.

За да може да се осъществи излъчване на радио програма в интернет, е необходимо да се изпълняват следните условия:

- Следва да бъде осигурена необходимата техника, за да се осъществи подаване на сигнал към интернет доставчик на услугата „поставяне/хостване“ на интернет сайт и канал/каналы за стриймване;
- Следва да бъде изработен интернет сайт, като за целта се подготвя техническо задание, което подробно да обясни какви са нуждите и идеите на екипа на радиото по отношение на визията и функциите на сайта; същият се разработва от екип дизайнери и програмисти и се одобрява от поръчващите;
- Сключва се договор с интернет доставчик за „поставяне/хостване“ на сайта в интернет, като се уточняват параметрите, на които трябва да отговаря услугата. Колкото по-голям е броят на потенциалните едновременно конекции (възможността за едновременно слушане от различни устройства), толкова по-голям е капацитетът на трафика и толкова по-голяма е цената на услугата;
- Много важно условие е да бъдат уредени правата на интелектуална собственост по отношение произведенията, които се използват в създаването на съ-

ответната програма или стрийм канал. Тъй като става дума за музика, в основната си част следва да бъдат уредени авторските и сродни права за нейното използване в дигитална среда. Това става чрез договор, сключен между ползвателя (радио организацията) и съответната организация за колективно управление на права (ОКУП), въз основа на предварително одобрени и разгласени тарифи. Принципът е, че колкото по-голям е потенциалният брой на едновременно конекции, осигурен от интернет доставчика, толкова по-голяма е и дължимата от радио организацията сума за авторски и сродни права на използваните произведения.

Много важно за потенциалните слушатели и за самата радио организация е нуждата от сериозна, умна и последователна реклама на интернет сайта на едно радио. Първоначалното обявяване на стартирал интернет сайт е само началото на комуникацията на радиото с аудиторията по отношение на тази услуга. Непрекъснатото напомняне и препращане към сайта е гаранция, че все повече хора ще влизат в нея и ще се възползват от нейните възможности. Това, от своя страна, ще даде възможност на търговския екип на радиото да предлага на потенциалните рекламодатели една сериозна, допълнителна към ефирната, аудитория, което пък от своя страна е източник на допълнителни приходи за радиото. Отделно, по-големият брой слушатели на стриймовете също генерира допълни приходи за радиото чрез рекламите от различни интернет платформи, като Google например.

Голям брой радиостанции – обществени и търговски – които създават говорно съдържание (новинарски, коментарни радиа), поддържат на своите сайтове възможност за достъп до сериозен архив на предавания, които са на разположение на слушателите. Става дума за т.нар. подкаст или нелинейно разпространение на програма, при който слушателят може по всяко време да влезе

В сайта на радиото и да избере предаване или рубрика, която иска да изслуша. В повечето случаи става дума за безплатна възможност, но има радиостанции, които предоставят срещу заплащане на своите слушатели определено специализирано съдържание (например лекции или обучителни курсове). Поддържането на подкаст, особено за обществени оператори, които създават огромно по обем съдържание, е скъп и нелек процес. Съхраняването на информацията се осъществява на сървърни системи, а тяхната стойност и най-вече поддръжка е неефективна задача. Целта, в края на краищата – да бъде привлечен слушател и той да остане удовлетворен от предлаганата му услуга – си струва вложени ресурси. А както знаем, колкото по-голяма, доволна и вярна е аудиторията на една радиостанция, толкова по-големи са и потенциалните приходи от рекламата.

Много обществени радио станции притежават уникални архиви от документални записи и музика, записвани в продължение на години. Естествено, тези записи са били записани върху различни видове аналогови носители – плочи, ленти, касети и др. За да бъдат използвани в дигитална среда те трябва да бъдат дигитализирани. Това е трудоемка задача, която се осъществява с помощта на специализирани софтуери и чрез прецизната работа на много звукорежисьори. Например, архивът на БНР е около 180 000 часа и за неговото дигитализиране ще са необходими над 10 години ежедневна работа. Уникалните музикални дигитализирани записи, притежавани от обществени радио оператори, могат да бъдат предлагани за стриймване или даунлоудване срещу заплащане в интернет среда. Това на практика става или от самите обществени радио организации чрез „качването“ на тези записи в големите дигитални магазини като Амазон или iTunes Store, или чрез използване на големите „агрегатори“ на съдържание като The Orchard, които срещу

определен процент от продажбите се грижат изцяло за дистрибуцията и маркетинга на тези записи. Освен комерсиалното използване на тези записи, много обществени оператори дават безплатен достъп на студенти, учени и други лица до ценни и важни материали, които да бъдат използвани за образователни и научни цели.

1.2. Разпространение чрез приложения за смартфони и таблети

През последните години сме свидетели на бурното развитие и продажби на смартфони и таблети. Рекорден брой смартфони са продадени в света през последната четвърт на 2015 г., като за това е способствал големият асортимент от продукти в различни ценови сегменти, сочи регулярният тримесечен доклад на IDC.

В периода октомври-декември 2015 г. продажбите на смартфони са нараснали с 5.7% до 399.5 млн. броя, което е рекорд в историята на индустрията. Като цяло за същата година, доставките са се увеличили с 10%, до 1.43 млрд. броя (<http://bernews.com/rekorden-broi-smartphoni-sa-prodadeni-prez-2015-g/>). Сходно е поведението на потребителите и по отношение на покупки на таблети.

Всичко това беше забелязано от медиите и в момента няма медия, която желае да се развива успешно, която да не е разработила и да не поддържа приложения за смартфон и таблет. Водещите компании разработиха операционни системи Android, iOS, Symbian, WindowsPhone, които позволяват създаването и използването на приложения в различни сфери на човешкия живот. И медиите се възползваха от тази възможност.

Радиостанциите също следват повелата на времето, която гласи, че медиите трябва да бъдат навсякъде, където е аудиторията, и направиха, и правят приложения, чрез които слушателите да имат достъп до програмите, които предлагат.

Основната функция на приложенията за смартфони и таблети, създадени от радио организациите, е да дават възможност за слушане в реално време чрез съответното устройство и в дигитална среда (в интернет) на програмата на съответното радио. При зареждане на приложението на екрана на устройството, като първа опция се появява на вниманието на слушателя бутон за стартиране на програмата. Ако каналите, които се предлагат, са повече, естествено преди стартиране следва да се избере желания канал. Функционалните бутони на приложението дават възможност за спиране и пускане на канала, за увеличаване и намаляване на звука и др. Има възможност за получаване на допълнителна информация на екрана на устройството – за името на изпълнителя и името на произведениято; за наименованието на предаването и водещия; за предстоящите изпълнители и т.н.

Повечето радиостанции поддържат и други възможности на своите приложения за смартфони и таблети. Чрез бутони в горния или долния край на екрана са дава възможност на слушателя да получава допълнителна информация – за трафика в населеното място, за прогнозата за времето и много други. Често пъти има бутон за отваряне на сайта на радиото, което позволява да се чете информацията от него и едновременно с това да се слуша програмата на радиото.

Инвестицията в създаване на приложение за смартфон и таблет зависи от сложността на самото приложение и от целите, които то преследва. По правило това не е скъпа инвестиция, като има съответен ред за реализиране на идеята:

- Изработва се техническо задание, което подробно да обясни какви са нуждите и идеите на екипа на радиото по отношение на визията и функциите на приложението; приложението се разработва от екип дизайнери и програмисти и се одобрява от поръчващите;

- Приложението се подава за публикуване към собственика на операционната система, като за повечето от тях се изисква специална регистрация и одобрение, за да могат да се появят в съответните дигитални магазини за сваляне или закупуване;
- По отношение правата на интелектуална собственост за произведенията, които се използват за създаването на програмата, не се дължат допълнително възнаграждения тогава, когато програмите в приложението имат уредени права за излъчване в дигитална среда;
- Ако радиото има стрийм в интернет, на програмата е изключително лесно насочването на стрийма за излъчване и в приложението.

Отново много важно за потенциалните слушатели и за самата радио организация е нуждата от умна и последователна реклама на приложението. Освен че наличието на приложение допринася за увеличение на броя на слушателите на една радиостанция, то дава и допълнителни възможности за приходи. Самото приложение може да се създаде, като се предвидят съответните места за реклама, която може да бъде статична или подвижна, анимирана или документална. Но най-важното – навсякъде и по всяко време, стига само да има достъп до интернет, всеки притежател на смартфон или таблет може да слуша любимото си радио. А това без съмнение е още един способ за увеличаване на аудиторията и увеличаване на приходите, което е основната цел на бизнеса с радио в наши дни.

2. Разпространение чрез мобилни оператори

Мобилните оператори генерират големи приходи от основната си дейност – предоставяне на мобилни гласови услуги и мобилен интернет. Много от тези компании развиват и допълнителни дейности, които

им носят немалко приходи – например, предоставяне на абонатите на фиксирани гласови услуги и на телевизия и радио.

Услугата „радио“ се предоставя под две форми – предоставяне на специално създадени аудио канали или чрез препредаване на съществуващи и излъчващи се в ефир радио програми.

2.1. Разпространение на радио чрез мобилни оператори – създаване и разпространение на специализирани, тематични аудио канали.

Мобилните оператори създават за своите абонати или закупуват създадени от външни компании аудио канали за разпространение в своята мрежа. Аудио каналите по правило са музикални, в различни музикални стилове, предназначени за различни аудитории. Те са 24-часови и се приемат срещу допълнително заплащане от страна на абонатите на техните мобилни телефони, чрез съществуващия мобилен интернет на съответния мобилен оператор. За да може да се осъществи създаването и разпространението на посочените аудио канали, е необходимо да бъдат уредени отношенията за използването съдържание със съответните дружества за колективно управление на права, съгласно техните тарифи за такъв тип използване. Ако за създаването се използват услугите на външна за мобилния оператор компания, отношенията се уреждат с възмезден, двустранен договор между страните, в които се уточняват всички въпроси, свързани със създаването на аудио канала/каналите.

2.2. Разпространение на радио чрез мобилни оператори – разпространение на съществуващи и излъчващи се в ефир радио програми.

По-рядко мобилните оператори разпространяват чрез своите мрежи такъв тип

радио програма. Причината е, че повечето ефирни радиостанции имат в програмата си реклами, чието излъчване не е желано от мобилните оператори. Но ако все пак се постигне споразумение за препредаване на съществуващи радио програми, то условията му се уреждат в писмен двустранен, в повечето случаи възмезден, но е възможен и безвъзмезден договор между страните. Отново този вид използване на произведения в програмата трябва да бъде уреден със съответните дружества за колективно управление на права.

Този вид разпространение е много рядко използван, още повече, че почти всички радиостанции имат излъчване чрез интернет страниците си или чрез приложение за смартфони и таблети и по този начин всеки абонат на мобилен оператор, който има в договора си мобилен интернет, има достатъчно опции да слуша радио.

3. Разпространение чрез други дигитални платформи

Интересен и много успешен подход за разпространение на радио програми в дигитална среда предложиха през 2016 г. от Apple. В приложението си Apple Music те излъчват 2 варианта на радио програми:

Първият се нарича Beats1 и представлява линейна радио програма, със свои водеци, с тематични предавания, музика, вкл. видео излъчване от студиото на радиото.

Вторият представлява различни по стил музикални аудио канали със следните наименования: Dance, Charting Now, All-City, Electronic, From Around the World, Jazz, Metal, News, Pop, Rock.

Потребителят има възможност за достъп до тези опции, ако направи месечен абонамент за използване на посоченото приложение, чрез което, освен възможността за слушане на радио, се получава и възможността за стрийминг и за даунлоуд на огромно количество музика. Месечният абонамент е

Икономическо развитие

с цена 4.99 евро и се заплаща по обичайния за компанията начин през iTunes Store. Съществуват и семейни и групови пакети, които се предлагат на потребителите.

За много кратко време абонатите на тази услуга станаха десетки милиони в цял свят. На практика, навсякъде, където има достъп до интернет среда, всеки чрез съответното устройство има досег до огромно музикално богатство. Apple първи въведе възможността да се закупува легално музика чрез интернет, като подписа договори с всички големи продуцентски компании – първоначално, а в последствие и с всички, които желаят това. По този начин потребителят може да „сваля“ срещу заплащане цели албуми на предпочитани от него изпълнители, а така също и отделни тракове (песни) от тези албуми. Музиката е дигитално обработена и с перфектно качество. Налице е и допълнителна информация за произведенията – автори, кратка история, изпълнители, снимков материал. Много бързо продажбите на музика в интернет по този начин станаха многомилардни, като всички по веригата – автори, изпълнители, продуценти, слушатели, са доволни от услугата.

С развитието на технологиите са появи възможността за стрийминг на музикални произведения – слушателят не е нужно да закупува и „качва“ на устройството си дадено музикално произведение, а може, след като го намери в каталога на съответната платформа, да го слуша в реално време, колкото пъти иска. За 2015 г. приходите от стрийминг достигнаха и надминаха тези от закупуване (даунлоунг) и са над 2 млрд.

долара. Немалка роля за това изигра и описаната опция за разпространение в дигитална среда на радио програми.

Заключение

Продуктът на радио индустрията – радио програмата – се създава от немалък екип специалисти в различни сфери. При радио програмата основното, на което се разчита, за да бъде привлечен слушателя, е елементът на изненадата. Ако гаден потребител сам избира музиката, която да стриймва, то той знае какво слуша и какво ще слуша – каквото сам е избрал. Но когато е предпочел любимия си стил музикален канал или радио канал, той често пъти е изненадан от добрия избор на музикалния редактор или пък чува произведения, които е забравил или които не знае, че съществуват. Силата на радиото да бъде интересно, живо, въздействащо и нужно се проявява и в дигитална среда. И това, което направи ефирното радио толкова жизнено и желано от хората, намира своето развитие в интернет средата и до голяма степен е гаранция, че тази медия има своето бъдеще.

Цитирани източници:

Борисова, В., 2010. Творческа икономика, културни институции и интелектуална собственост. София, УИ „Стопанство“.

(Borisova, V., 2010. Tvorcheska iкономика, kulturni institutsii i intelektualna sobstvenost. Sofia, UI “Stopanstvo”)