

Место радиовещания в современном медиапространстве

Научный руководитель – Гудова Татьяна Викторовна

Марущенко Анастасия Андреевна

Студент (специалист)

Донецкий национальный университет, Филологический факультет, Кафедра журналистики, Донецк, Украина

E-mail: kk500@ukr.net

Радиовещание как средство массовой информации существует уже больше столетия и за этот период оно стало неотъемлемой частью современного медиа- и культурного пространства. На сегодняшний день на постсоветском пространстве остро стал вопрос о конкурентоспособности радиовещания, поскольку Интернет активно переманивает аудиторию других СМИ в свою сеть. Поэтому возникает проблема авторитета радиовещания в современном мире. Перед журналистами стоит задача не только удержать своих слушателей, но и привлечь тех, кто будет заинтересован в получении информации посредством радиовещания.

Развитие современного радиовещания с одной стороны характеризуется его деполитизацией и экономической свободой, а с другой, низким уровнем исполнительского мастерства, с точки зрения композиции, содержания, подачи информации, моделей речевого поведения у микрофона журналистов, ди-джеев, приглашенных участников передачи. [2]

Главная проблема современного радиовещания - это конкуренция с другими средствами массовой информации и коммуникации. Интернет справляется с задачей оперативного информирования быстрее и лучше, а вот аналитическая функция радио по-прежнему занимает лидирующие позиции. Такой формат радиовещания, как «Talk» помогает создавать радиопередачи аналитического характера, посредством разговора у микрофона.

Основная тенденция современного радиовещания - это узконаправленность станций. Если обратиться к теории, то стоит упомянуть о существующих двух типах программирования на радиостанциях: горизонтальном и вертикальном. Горизонтальное вещание подразумевает под собой принцип всеохватности тем, жанров. Это типичная информационно-музыкальная станция, в сетке вещания которой есть передачи информационного, аналитического, разговорного жанров. Это радио для всех и обо всем. Такого типа программирования придерживаются: «Радио Республика» (ДНР), «Радио России» (Россия), «Радио Москвы» (Россия). Вертикальное программирование учитывает интересы своей целевой аудитории и подстраивается исключительно под нее. Как правило они имеют определенную тему, интересующую их слушателей или сферу жизни, например, спорт, культура, литература. Здесь можно назвать такие радиостанции, как «Литературное Радио» (Россия), «Радио Культура» (Россия), «ЗвукоКнига» (Россия), «Радио Книга» (Россия). Главное отличие этих типов в том, что во втором случае радио слушают целенаправленно, желая получать информацию по своей любимой теме, узнавать только то, что нравится. Когда радиостанция пытается подстроиться под всех, нет фактора, объединяющего большую аудиторию, слушатели будут уходить туда, где им более интересно. Если радиовещание хочет сохранить свои позиции, оставаться значимым средством массовой информации и коммуникации, то, возможно, путь вертикального программирования, будет эффективнее.

Интернет-радио расширяет свою аудиторию благодаря тому, что слушать эфиры в Сети можно в любой точке земного шара. Также есть возможность возвращаться при необходимости к ранее прослушанному контенту. [3] Этот процесс начался с появлением и повсеместным распространением Интернета, радиостанции не сразу пришли к такому формату.

Российская радиостанция «Эхо Москвы» всегда старалась следить за новыми течениями и веяниями, чтобы идти в ногу со временем и со своими слушателями. Поэтому 25 февраля 2008 года была запущена обновленная, четвертая по счету, версия сайта echo.msk.ru, которая сделала процесс и способ контакта ведущих с аудиторией максимально интерактивным. Посетители сайта смогли комментировать информацию, работу самой радиостанции, обсуждать важные для них вопросы и таким образом, слушатель стал ближе к радиостанции. [1]

Сегодня практически у каждой радиостанции есть и сайты, и страницы в социальных сетях. Не так давно появилась возможность смотреть в прямом эфире все, что происходит на радиостанции. Камеры, установленные на станциях, помогают привлечь больше слушателей к процессу поглощения информации. Таким путем пошла российская радиостанция «Русское радио», где установили вебкамеру для трансляций всего происходящего у микрофона. К тенденциям развития современного радиовещания стоит добавить еще один аспект - необходимо сделать радиовещание более интересным для молодежи. К важнейшему направлению развития радио стоит отнести внедрение передовых технологий и методов компрессии звука.

Подводя итоги всему вышесказанному, можно выделить основные тенденции и перспективы современного радиовещания. Важнейшей тенденцией развития современного радиовещания является конвергенция СМИ, то есть совмещение всех лучших качеств СМИ в одно. Это способствует появлению новых интернет-радиостанций, интерактивных форм взаимодействия радиоканалов со своей целевой аудиторией. Мультимедийность на сегодняшний день также характеризует радио, как современное СМИ, так как объединение различных форм подачи информации привлекает аудиторию и делает процесс поглощения информации проще. К этим тенденциям необходимо добавить еще и гипертекстовость. Этот критерий является основным качеством всех электронных СМИ. Гипертекстовость позволяет переходить от одной информации к другой, тем самым пополняя знания пользователя. Традиционное радио не может иметь такой функции, поскольку рамки преподносимой СМИ информации ограничены эфиром, временем. В интернет-радио слушатель может возвращаться к информации, дополнять свои знания и т.д. Развитие форматов радио также имеет значение. Чем больше выбора предоставляется аудитории, тем больше вероятность того, что целевая аудитория не будет «уходить» от радиостанций. Если учесть все вышеперечисленные факторы, то можно с большой уверенностью сказать, что радиовещание по-прежнему будет занимать лидирующие позиции как СМИ и будет составлять достойную конкуренцию Интернету.

Источники и литература

- 1) Болотова Е.А., Круглова Л.А. Радиовещание в эпоху новейших технологий // Вестник московского университета. Журналистика. - 2009. - №4. - С. 57-65.
- 2) Ключев Ю.В. Радиожурналистика в социуме: ее современное состояние и прогноз // Вестник Санкт-Петербургского университета. - 2007. - №5. - С. 109-114.
- 3) Нестерова Н.Г. Интернет-радио как новый тип медиа и основа новых дискурсивных практик // Вестник Томского государственного университета. - 2013. - № 376. - С. 20-24.