

УДК 316.77: 070: 654.195: 314.743

Т. С. Гиріна

ТЕХНОЛОГІЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ СИСТЕМИ СУЧАСНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ

У статті окреслено перспективи розвитку системи сучасного радіомовлення в аспектах засобів доступу до радіоканалу та його презентації, додаткових можливостей цифрового радіомовлення, віртуального контенту та візуалізаційного потенціалу.

Ключові слова: аудиторія, користувачі, радіомовлення, сервісна журналістика, технології презентації, фінансова рентабельність.

I. Вступ

Невпинний поступ сучасної медіасистеми стимулює постійний розвиток медіаканалів, у тому числі електронних. Науковці з різних країн нині розробляють стратегії розвитку ЗМІ на найближчі роки, утім досі не вироблено єдиного бачення подальших векторів їхнього розвитку. Подібна ситуація є прогнозованою, адже внутрішня кон'юнктура в кожній державі насичує інформаційний простір особливостями, урахування яких формує унікальне середовище для розвитку кожного з каналів медіа, та навіть вужче – кожної конкретної медіакомпанії.

У своїх дослідженнях викладали стратегії розвитку засобів масового обміну та поширення інформації зарубіжні та українські вчені. Зокрема, в аспекті конвергенції мультимедійних ЗМІ журналістику розглядає колектив авторів під керівництвом А. Качкаєвої [3], на прикладі 18 західноєвропейських і північноамериканських демократій аналізують схожі й відмінні риси сучасних медіасистем з окресленням їхньої перспективності професори Д. Галлін та П. Манчіні [1], українські перспективи впровадження цифрового радіомовлення досліджував О. Гоян [2], «радіобачення» як унікальну модель конвергенції ЗМК вивчала А. Сімашова [7].

II. Постановка завдання

Мета статті полягає в окресленні перспектив розвитку системи сучасного радіомовлення в аспектах засобів доступу до радіоканалу і його презентації, додаткових можливостей цифрового радіомовлення, віртуального контенту та візуалізаційного потенціалу.

III. Результати

Вектори розвитку сучасного радіомовлення сьогодні визначаються, зокрема, стратегічним баченням системи медіа загалом. Зокрема, медіаексперт радіо- та телеведучий А. Куликов, розмірковуючи над перспективами розвитку медіа, зазначає: «Місцеві газети, сайти і радіо мають майбутнє. Особливо раджу звернути увагу на радіо – легко робиться, дешево, навчити людей працювати нескладно. І це дуже демократично, демократичніше навіть за інтернет» [8]. Радіомовлення, на противагу аргументам скептиків, залишається актуальним, сучасним та перспективним. Утім розвивається воно в межах загального діалогу щодо визначення шляхів розвитку та перспектив.

Ключовим технічним моментом, що визначає спосіб доступу до сигналу, його якість та інноваційність, є цифрове мовлення. Це питання на часі не лише для українського інформаційного простору, а й за межами нашої держави. Так, на Європейському форумі з радіомовлення «DAB+, гібридне радіо та європейські стратегії цифризації» у Кракові (Польща) директор Польського радіо Б. Станілавчик-Жила дала досить влучну, з огляду ще й на українські перспективи, характеристику переходу на цифровий режим радіомовлення: «З великими витратами на цифризацію, число слухачів, котрі користуються цією технологією, майже нульове. Цифрові приймачі можна придбати у магазинах та в Інтернеті, але майже ніхто їх не має. Польська громадськість не знає, що технологія DAB+ існує, попри кампанії з популяризації впродовж останніх кількох років» [6].

Згаданий стандарт DAB+ – одна з найбільш популярних технологій цифрового радіомовлення у світі. В Україні його впровадження заплановано на 2017–2020 рр. Новітня можливість доступу до радіосигналу відрізнятиметься від традиційної вищою якістю звуку, відсутністю слабкого сигналу, а також додатковими можливостями одночасного мовлення багатьох програм у реальному часі на тій самій частоті з паралельною передачею текстів, зображень та інших типів документів. За визначенням професора О. Гояна, «йдеться про сервісні послуги, що супроводжують інформацію. Наприклад, коли музичні програми супроводжують повідомлення про виконавців та авторів, появу на дисплеї цифрового приймача текстового контенту програми, фото та відеозображень виконавців тощо, цілком можна вважати сервісною (мультимедійною) подачею

інформації. Вся ця інформація може бути записана в приймачі, і користувач, слухаючи радіо у фоновому режимі, може повернутися до неї тоді, коли є потреба» [2].

Утім, сьогодні в Україні радіомовлення знаходить свого слухача через аналогове, дротове радіомовлення, а також засобами супутникової та інтернет-трансляції. Відтак проблеми, з якими зіткнулося телебачення під час переходу на цифрове мовлення, демонструє багатогранність та складність процесу, що, залучаючи колосальні фінансові ресурси, не дає очікуваних результатів, а отже, і прибутків. Можливу систему мотивації та популяризації цифрового радіо серед користувачів організатори згаданого форуму вбачають у встановленні цифрових радіоприймачів в автомобілі, де не лише часто слухають радіо, а й можуть відчуті всі переваги його цифрового варіанта. Символічно, що до вузької фахової дискусії з розвитку радіомовлення запрошують представників світу політики та автомобілебудівної промисловості [6]. Для нашої ж держави очевидно, що досвід європейських країн стане підґрунтям для впровадження цифрового мовлення в Україні.

Не менш важливим є напрям інтернетизації українського радіомовлення. Його перспективність вдало характеризує той факт, що в країні створюють радіостанції, які мовлять виключно у всесвітній мережі («Громадське радіо»), або які перейшли в аналогове мовлення з Інтернету (радіо «Армія FM»). Сайти українських радіостанцій визнають і на світовому рівні. Так, у 2017 р. «Київська радіостанція “20ft Radio”, що розташована в металевому контейнері, потрапила до топ-5 найкращих музичних інтернет-проектів за версією премії Webby Awards» [5]. Подібні відзнаки свідчать не лише про перспективність малобюджетних радіоініціатив, а й про високий рівень професіоналізму технічних розробників, які втілили в життя не складну, проте добре продуману концепцію музичної радіостанції.

Саме музика та унікальне тематичне програмне наповнення, на думку дослідників, стане тим специфічним контентом, що дасть змогу радіомовленню зайняти особливу нішу серед інших ЗМІ в майбутньому. Уже сьогодні опитування продемонструвало, що більша частина українців слухають музику саме по радіо, і це при тому, що саме радіомовлення є найменш популярним серед аудиторії [4]. Відтак логічно, що технології презентації музичного контенту на сайтах радіостанцій досить різноманітні: від можливості переглянути назву композиції, яка лунає в ефірі, до завантаження музичних файлів, замовлення в ефірі, голосування, вікторин із розіграшами для найуважливіших меломанів.

Сучасні технології дають змогу радіомовникам інтегрувати увагу слухача в інтерфейс програми радіостанції на персональному комп'ютері чи мобільному пристрої, що забезпечує взаємодію з людиною й скерування її в напрямках, важливих адміністрації. Для досягнення цієї мети модераторам необхідно стратегічно визначити, які послуги мають бути налаштованими в автоматичному режимі, а які залишити для управління користувачеві. Ці можливості, з одного боку, повинні залишати свободу вибору, а з іншого – це і є запорукою успіху новітніх технологій. Опитування закордонних слухачів дало можливість зафіксувати більшу довіру до радіостанцій порівняно з інтернет-відеоконтентом, який розглядають у розрізі його маркетингового потенціалу [9]. Звичне ж розважальне радіомовлення з меншим скепсисом слухачів співвідноситься ними з маніпулятивними технологіями, а відтак сприймається менш критично. Крім того, слухачі цінують реалістичність (не постановочність) того, що відбувається в ефірі, відтак прогнозовано радіо надалі рухатиметься в бік прямоефірного мовлення, у контексті не лише студійної роботи, а й трансляції музичних концертів, спортивних подій тощо. Тож у майбутньому потенціал живого ефіру використовуватимуть для створення загальної реальної картини світу, що дасть змогу слухачеві інтегруватися в подію, стати свідком заходу, учасником якого він не мав змоги бути.

Залишається відкритим питання щодо фінансової рентабельності діяльності радіостанцій, оскільки попри те, що в інформаційному суспільстві інформація стає товаром, в епоху глобального обміну та презентації інформації, її обсяг вираховується частіше терабайтами, ніж цінністю та оперативністю. Відтак, усе менше охочих платити за те, що на подібній платформі можна отримати задурно. Як наслідок, рекламодавці обирають саме ті сайти, де реалізовано складніші стратегії, адаптовані до епохи постійних трансформацій. Нині об'єктами заробітку радіоорганізацій стають підписні листи користувачів, унікальний контент, можливість відмовитись від реклами за передплатою тощо.

Одна з провідних компаній, яка надає широкий спектр послуг у сфері консалтингу та працює на стику бізнесу й технологій, – «Accenture» за підсумками аналізу потенціалу радіомовлення у світі на найближчі роки сформулила чотири напрями розвитку економічної привабливості радіо:

- розвиток оригінального контенту, що дасть змогу залучити нових слухачів;
- створення багатоканальних мереж мовлення, що розширить вибір рекламної площі для рекламодавців та вужче сегментує аудиторію;
- «перетягнення» рекламодавців з телебачення внаслідок розширення можливостей радіо як каналу мовлення;
- трансформація бізнес-моделей від шаблонного до індивідуального підходу до кожного замовника рекламних послуг потенціалу [9].

Спираючись на досвід зарубіжних дослідників та реалії розвитку радіомовлення в Україні, окреслимо перспективні вектори розвитку інституту радіомовлення. До таких належить поширення нових форматів радіоконтенту, сервісність радіожурналістики, оскільки радіоорганізації мають задовольняти потреби навіть найвибагливіших слухачів/користувачів, навіть за умови надання додаткових платних послуг. В умовах постійного технологічного поступу на ринку медіа шанси на успіх має той, хто адекватно реагує на новітні можливості та активно користується технічними новинками як Інтернету, так і цифрового мовлення. Системна ж аналітика з орієнтацією на вивчення смаків як аудиторії, так і рекламодавців стане тим стратегічним інструментом, який допоможе в прийнятті рішень як щодо контенту, так і програмування.

IV. Висновки

Яким же стане радіомовлення майбутнього, покаже тільки час, однак окреслені технічні можливості та творчий потенціал працівників українських радіостанцій щоразу доводить конкурентність (інноваційність), з одного боку, та спадкоємність поколінь – з іншого. Досить влучною, на наш погляд, є думка радіоведучої та співачки С. Сотник, яка переконана, що «потрібно знайти якусь форму, щоб повернути те краще в радіомовлення, яке ми чули колись. Мені хочеться знайти якомога більше персоналій, які були б приголомшливими радійниками. Хочеться повернути радіо романтичного хвилювання» [8]. Тож українське радіо, перебуваючи в тренді загальносвітових тенденцій електронного мовлення, має всі можливості задовольняти потреби як слухачів із традиційним смаками, так і новаторів, людей, що слідкують за технічними новинками та йдуть в ногу із часом.

Відтак перспективним напрямом дослідження є розгляд інтерактивних технологій зворотного зв'язку в радіомовленні як індикатора відкритості та сучасності радіостанції в концепції отримання медіаконтенту користувачами всесвітньої мережі.

Список використаної літератури

1. Галлін Д. Сучасні медіасистеми. Три моделі відносин ЗМІ та політики / Д. Галлін, П. Манчіні. – Київ : Наука, 2008. – 325 с.
2. Гоян О. Цифрове радіомовлення: українські перспективи [Електронний ресурс] / Олеся Гоян // Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник. – 2008. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2315>.
3. Журналистика и конвергенция: спочему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / [Г. Качкаева, И. Кирия, К. Коломеец и др.]. – Москва : ФОКУС-МЕДИА, 2010. – 200 с.
4. Костюк Б. Майбутнє радіо: цифрове мовлення і мультимедійні програми [Електронний ресурс] / Богдана Костюк // Радіо Свобода. – 2013. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/a/25047090.html>.
5. Поворозник Ю. Українське інтернет-радіо 20ft Radio претендує на звання найкращого веб-проекту світу [Електронний ресурс] / Юрій Поворозник // Hromadske.beta. – 2017. – Режим доступу: <https://hromadske.ua/posts/ukrainske-internet-radio-20ft-radio-pretenduije-na-zvannia-krashchoho-veb-proektu-svitu>.
6. Президент Польського радіо: Слід замислитися, що робити з цифровим радіо [Електронний ресурс] // Польське радіо. – 2016. – Режим доступу: <http://www.polradio.pl/5/38/Artykul/274184>.
7. Сімашова А. «Радіобачення» як унікальна модель конвергенції ЗМК (на прикладі діяльності італійського радіобачення «RTL 102.5») / Анастасія Сімашова // Теле- та радіожурналістика. – 2013. – № 12. – С. 378–385.
8. Яке майбутнє в українського радіо: думка вітчизняних медійників [Електронний ресурс] // Молодіжне інтернет-радіо «Universe». – 2016. – Режим доступу: <http://universe.zp.ua/?p=11700>.
9. The Future of Broadcasting. The Search for Fundamental Growth [Electronic resource] // The Future of Broadcasting V. – 2016. – Access to resources: https://www.accenture.com/t20170223T024253_w_us-en_acnmedia/Accenture/next-gen/pulse-of-media/pdf/Accenture_Future_of_Broadcast_V_POV.pdf.

Стаття надійшла до редакції 10.04.2017.

Гирина Т. С. Технологии презентации системы современного радиовещания

В статье обозначены перспективы развития системы современного радиовещания в аспектах средств доступа к радиоканалу и его презентации, дополнительных возможностей цифрового радиовещания, виртуального контента и потенциала визуализации радиозфера.

Ключевые слова: аудитория, пользователи, радиовещания, сервисная журналистика, технологии презентации, финансовая рентабельность.

Hirina T. Technology Presentations Modern System of the Radio Broadcasting

In the article outlines the prospects of development of modern broadcasting. Investigated means of access to the air, its presentation, additional features of digital broadcasting, virtual content and potential for visualization.

Vectors of modern radio systems are defined strategic vision of the media. Characterized European experience. It will be the basis for the introduction of digital broadcasting in Ukraine. It is planned for the 2017–2020 years. The new access to radio different from traditional audio quality, absence of weak signal, simultaneous broadcasting real-time multiple applications on the same frequency with a parallel transfer of texts, images and other types of documents.

Equally important is the direction of connectedness Ukrainian radio. Describe the potential of music and unique thematic program content, which will take a special radio broadcasting system media. Modern technology allows broadcasters to integrate the listener's attention to the radio interface on a PC or mobile device. It provides interaction with humans and directing it in ways that are relevant administration.

The question on the financial profitability of the stations. Promising vectors Institute of Radio attributed the spread of new formats of radio content service journalism. In the media market chances of success are those media that adequately respond to new opportunities and using technical innovations of the Internet and digital broadcasting.

Key words: *audience, financial profitability, radio broadcast, service journalism, technology of presentation, users.*