

ЖУРНАЛИСТИКА

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ИНФОРМАЦИОННОГО РАДИОВЕЩАНИЯ В РОССИИ

О.Р. Арсланова

Кафедра массовых коммуникаций
Российский университет дружбы народов
Ул. Миклухо-Макля, 6, Москва, Россия, 117198

В статье рассматриваются особенности становления и функционирования информационных радиостанций в современной России. Выявляются факторы, влияющие на возрастание роли СМИ в формировании основ гражданского общества. Особое внимание уделяется коммуникативной специфике радиовещания.

Ключевые слова: информационное радиовещание, интегративная функция, коммуникативные особенности, социальная коммуникация, гражданское общество, медиасистема.

В современной России роль информационных СМИ возрастает. По мере укрепления основ гражданского общества новости оказывают все более заметное влияние на общий вектор политического и социального развития страны [1. С. 57]. По мнению многих исследователей проблематики, в частности И.И. Засурского, «средства массовой информации являются основной средой политической коммуникации... происходит полное переплетение сферы политического и СМИ, что позволяет говорить о медиатизации политики и формировании медиаполитической системы» [2. С. 87].

Не секрет, что сегодня новостная функция СМИ буквально перекраивает мир, оказывает колоссальное влияние на общество. Без оперативной информации сейчас сложно представить жизнь современного человека. Как отмечает Э. Гоффлер, «дело не только во впечатляющих успехах техники передачи, а в том, что формируется ментально качественно новая цивилизация — информационное общество. И огромную роль здесь играют СМИ» [3. С. 127]. Сегодня регулярное получение социальной информации благодаря СМИ «стало для человека необходимым условием полноценного участия его в современной жизни» [4. С. 121].

От степени развитости информационного пространства России зависит скорость реагирования власти на вызовы времени, и, что, может быть, самое главное, возможность включения общественного мнения в процессы управления страной.

В итоге развитие системы СМИ позволяет не только обеспечивать информационную безопасность государства, но и решать острые проблемы реформирования российского общества. При этом следует учитывать, что именно радио является наиболее оперативным средством передачи информации. Кроме того, по сравнению с остальными СМИ радиовещание обладает рядом других преимуществ — доступностью, универсальностью, широким распространением, силой психологического влияния. Это и позволяет ему играть в процессе созидания гражданского общества особую роль.

В современной России актуальной остается борьба за одно из основных прав человека — права на информацию. И хотя в Конституции Российской Федерации за личностью закреплено право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом, на практике данное право зачастую подвергается ограничению. Радио же является наиболее действенным средством утверждения и развития свободы слова.

Таким образом, актуальность обращения к теме определяется как необходимостью поиска оптимальной модели взаимодействия власти, общества и СМИ в условиях становления гражданского общества и свободной личности [5. С. 147], так и потребностью в создании адекватной общественным потребностям технологической системы информационного радиовещания.

В структуре СМИ радио остается наиболее оперативным средством вещания. Для телевидения еще не разработано технологий, позволяющих без предварительной подготовки выходить в эфир из любой точки земного шара с рассказом о событии и явлении любого характера уже в момент его начала. В оперативности радио уверенно опережает и прессу, и телевидение. Кроме того, из всех СМИ радио является самым удобным для восприятия аудиторией. Прослушивание радио, как правило, не требует отказа от повседневных дел, его можно совместить и с производственной занятостью, и с делами по дому. Колоссальную часть аудитории радио составляют автомобилисты и их пассажиры. А из-за отсутствия видеоряда радио возбуждает фантазию, стимулирует чувства и тем самым дает работу и мышлению, и эмоциям. Таковы основные свойства радио, позволяющие ему успешно конкурировать с другими СМИ, сохраняя при этом неповторимые методы и формы воздействия на аудиторию. Как отмечают буквально все исследователи радиовещания, например, Дж. Браун и У. Куол, радио «обладает уникальными возможностями... его сильные стороны делают его особым средством массовой информации» [6. С. 234].

Радио распространяет информацию полнее, быстрее, достовернее и эмоциональнее других СМИ. Именно поэтому развитие разговорных информационных станций представляется приоритетным в современном российском обществе.

В советское время вопрос радиоформата не стоял. Как отмечает А.В. Бубукин, «в то время все было ясно: радио — оно и есть радио — одно единственное. Включил на кухне, оно играет, говорит, поет. Были, правда, еще разные „голоса“, вещающие из-за границы сквозь шум „глушилок“, и только те, кто их слушал, задумывались о том, что радио бывает... разное: разговорное, информационное, музыкальное — всякое» [7. С. 149].

К началу 90-х годов прошлого века стало особенно очевидным отставание российского радио от мирового опыта радиовещания, его несоответствие структурным изменениям, происходящим в обществе. Сам дух эпохи преобразований заставлял радио не только преодолевать технологические отставание, но и активнее влиять на выбор вектора общественного развития. Государственная монополия на вещание исчезла, стали зарождаться новые формы и методы радиовещания. В первую очередь следует отметить появление целого ряда новых независимых радиостанций. Разнообразие их программ, полифоничность политических симпатий, критический взгляд на происходящие события, экспрессивная и диалогичная манера изложения материала стали подлинным прорывом в развитии современного отечественного радиовещания, требующим самого тщательного научного анализа.

Исследование информационных станций следует начать с их классификации, допускающей в зависимости от критериев несколько подходов: принадлежность к тому или иному типу собственности, политическая ориентация, широта охвата, формат и др.

Мы считаем, что именно тип собственности во многом определяет информационную политику и позиционирование станции. Анализ современного радиовещания позволяет прийти к выводу, согласно которому государственные каналы пытаются вернуть себе былую определяющую роль. Этому способствует ряд факторов: большая аудитория и широкий охват территории, традиционно доверительное отношение основной массы населения к власти и официальным источникам информации, достаточное финансирование и возможность использования профессиональных специалистов. По мнению А.В. Бубукина, в основную задачу государственных каналов в условиях рыночной экономики в идеале входит удовлетворение нужд всего общества, которые по тем или иным причинам не могут быть удовлетворены частными аудиовизуальными средствами массовой информации» [7. С. 150]. К государственным станциям разговорно-информационной направленности сегодня относятся «Радио России», «Маяк» и «Вести-FM», входящие в состав ВГТРК. Исключительно информационной на данный момент является только радиостанция «Вести-FM». «Радио России» — первая кнопка проводного радио — с советских времен мало изменилось по форме вещания. На сегодняшний день «Радио России» — единственная в стране федеральная радиостанция общего формата, производящая все виды радиопродукции — информационные, общественно-политические, музыкальные, литературно-драматические, научно-познавательные, детские программы. Благодаря широкому охвату и способности удовлетворить вкусы разнообразной аудитории станция более 13 лет занимает первое место в рейтингах [8].

Качественные изменения произошли в государственной радиовещательной компании «Маяк», которая в начале 2008 г. из информационной превратилась в музыкально-развлекательную [9]. Ребрендинг был связан с попыткой руководства ВГТРК поднять рейтинг станции за счет привлечения более молодой аудитории. Его же традиционная, относительно пожилая аудитория была переориентирована на «Радио России». Таким образом, политика «разделения» разновоз-

растной аудитории между различными каналами холдинга становится одним из средств повышения коммуникационной эффективности радиовещания.

Самая молодая государственная станция ВГТРК — «Вести-FM» — была создана для наиболее активной части населения, мужчин среднего возраста, преимущественно автолюбителей. Одна из основных ее особенностей заключается в том, что станция носит исключительно информационный характер, то есть все 24 часа в сутки в эфир поступают постоянно обновляющиеся новости [10]. В эфире появляются разнообразные тематически информационные блоки, которые отличаются универсальностью, оперативностью и стремлением к объективности подачи.

Еще один тип радиовещания, появившийся в 1990-е годы, — это полугосударственное и некоммерческое частное радиовещание. К этому типу относятся радиостанции, которые финансируются частично государством, частично спонсорами (владельцами), частично за счет рекламы. В их функциональную сферу не входит (либо входит в очень малой степени в качестве вспомогательной) коммерческая деятельность как таковая. Нужно отметить, что ни одна существующая сегодня в России информационная станция не принадлежит к этому типу вещания. Главная причина — слишком высокая стоимость создания и содержания новостной радиостанции, доступной либо государству, либо крупному частному капиталу [11].

Окончательно закрепилось в российской постперестроечной действительности частное коммерческое радиовещание. Главная цель коммерческого СМИ — прибыль, получение которой возможно лишь при привлечении рекламодателя, ориентированного в первую очередь на рейтинги станции у целевой аудитории. Среди коммерческих информационных станций сегодня наиболее заметны в эфире «Сити-FM» и «Бизнес-FM». Первая из них была создана в 2006 г. с целью освещения жизни Москвы и «включения» ее населения в «коммуникационный поток». Она отслеживает преимущественно события, происходящие в столице, пытается вести диалог с ее жителями.

Информационное радио «Бизнес-FM» считается первым в России деловым радио, приоритет в его эфире отдается новостям экономики и финансов, что позволило станции занять нишу формата бизнес-новостей.

Вне зависимости от типа вещания все названные станции имеют похожий формат и, по сути, работают с одним и тем же материалом — новостями. Принципиально разными остаются его отбор и дальнейшая реализация, подача, специфичная для конкретного СМИ.

Следует особо отметить то, что информационный тип вещания практически исключает появление в эфире музыки и развлекательных блоков. Обычно это «закольцованные» выпуски новостей с постоянным обновлением информации по мере ее поступления. Иногда на некоторых радиостанциях к выпускам новостей добавляются аналитические программы, интервью. Однако если в эфире отвлеченная форма общения превалирует над информационным потоком, то это свидетельствует о преимущественно разговорном характере радио [12. С. 94].

Особенное внимание исследователей привлекают социально-демографические характеристики слушателей информационных станций. Как правило, новостные СМИ выбирают зрелые люди. Целевая аудитория основных информационных станций — это обычно мужчины от 35 до 50 лет. Как отмечают создатели динамичных новостных станций, это аудитория, которая может принимать решения, — работоспособная и влиятельная. Новостями на радио интересуются, конечно, люди и до 35 лет и, естественно, пенсионеры. Однако, например, у коммерческого информационного вещания есть главное, что интересует рекламодача, — целевая аудитория, которая ведет активный образ жизни и готова покупать предлагаемый рекламой товар [6. С. 70].

Государственное же вещание ориентируется в первую очередь не на рекламодача, а на реализацию социальной задачи — развитие и информирование широких слоев населения. В эфире они получают сведения о главных событиях в стране и мире, узнают об отношении правящей власти к происходящему, что может служить для слушателей определенным ориентиром в восприятии и оценке новостей.

Потенциальная аудитория у информационного радио значительно шире целевой, и здесь уместно говорить о пока не до конца реализованных возможностях такого типа вещания. Как показывают социологические исследования, новостями интересуются девяносто девять процентов населения. Кроме того, эти новости хочется узнать как можно быстрее, а потому оптимален выбор насыщенной сетки, с жесткой частотой подачи новостей. Помимо этого, очень важно приглашать в студию интересных гостей, так называемых ньюсмейкеров и экспертов. Именно благодаря своей оперативности, динамичности и профессионализму радио способно решить задачи коммуникации и социальной интеграции успешнее других СМИ. Особая популярность у различных холдингов в последние годы разговорного радио тому подтверждение.

Однако есть у современного информационного радиовещания и свои проблемы. Среди основных специалисты называют трудности, связанные с переходом на цифровое вещание, а также вопросы «измерения» аудитории. Следует отметить и недостаточную подготовленность выпускников факультетов журналистики для работы в эфире. Главное же заключается в том, что общий социокультурный контекст, вектор интересов значительной части слушателей определяют большую популярность музыкальных станций по сравнению с информационным радио [13].

Как полагают зарубежные эксперты, для всех российских СМИ, в том числе и радио, особенно актуальной остается проблема свободы слова. В последнем ежегодном рейтинге организации «Репортеры без границ» по этому показателю Россия заняла 141-е место из 173 [14]. Высший показатель рейтинга для России был достигнут в 2002 г. — тогда уровень свободы журналистов в стране был оценен 121 местом. В 2007 г. в списке из 168 стран Россия заняла 147-е место, оказавшись в одной компании с Йеменом и Тунисом. Конечно, анализируя эти показатели, следует учитывать определенную предвзятость мнений западных экспертов. Вместе с тем представляется, что сегодня из всех СМИ, пожалуй, лишь отечественное радио обладает наибольшими возможностями для активной реали-

зации на практике свободы слова. Цензурировать радио очень сложно — его суть в динамичном и открытом прямом эфире, а также многоголосии в эфире, где единое целое создают ведущие, корреспонденты, приглашенные эксперты, а также сами слушатели. Скорость поступления любой информации в эфир в несколько раз быстрее, чем на ТВ и в прессе. Именно поэтому радио, наряду разве что с Интернетом, представляется в перспективе наиболее свободным СМИ при работе в информационном поле. Именно поэтому медиасообщество инстинктивно стремится к созданию оптимальной модели информационного радио. Во многом от дальнейшей ее работы зависят темпы и перспективы продвижения российского социума к идеалам гражданского общества.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Кин Дж.* Демократия и средства массовой информации // Новый взгляд на демократию. — 1991. — № 2.
- [2] *Засурский И.И.* Масс-медиа второй республики. — М.: Изд-во Московского университета, 1999.
- [3] *Тоффлер Э.* Третья волна. — М.: АСТ, 2002.
- [4] *Радиожурналистика: Учебник / Под ред. А.А. Шереля.* — М.: Изд-во МГУ, 2000.
- [5] *Воронин А.В.* Борьба за свободу слова в России. — М., 1991.
- [6] *Браун Дж., Куол У.* Эффективный менеджмент на радио и телевидении: в 2-х томах: Т. 2 / Пер. с англ. — М.: Мир, 2001.
- [7] *Бубукин А.В.* Эфирные тайны. — Новосибирск: Изд-во «FM-реклама», 2003.
- [9] Данные www.radiorus.ru
- [9] www.radiomayak.ru
- [10] www.vesti.ru
- [11] Данные www.mediaatlas.ru
- [12] *Время работать на радио. Современная радиожурналистика в разных жанрах. / Под ред. Е.Н. Филимоновых.* — М.: Фонд независимого радиовещания, 2002.
- [13] Данные www.farpmc.ru
- [14] Данные www.rsfo.org

PECULIARITIES OF ACTUAL RUSSIAN NEWS BROADCASTING

O.R. Arslanova

Department of Mass Communications
Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198

In the article are shown the features of forming and functioning of modern information radio stations. The author exposes some factors that influence on increasing role of mass media in foundation of civic society in Russia. The most precise attention is paid to communicative specificity of radio broadcasting.

Key words: news radio broadcasting, integrative function, communicative specificity, social communications, civic society, mass media system.