

Тема 5 Сетевое радио

Цели:

- 1) рассмотреть радиовещание в условиях конвергенции;
- 2) формировать умение работать с различными формами онлайн-радио;
- 3) овладеть навыками работы на сетевом радио.

План

- 1 Конвергенция и радиовещание. История создания
- 2 Слияние технологий теле- и аудиотрансляций
- 3 Формы радиовещания

Радиовещание как средство массовой информации в условиях конвергенции изменилось и в технологическом, и в содержательном плане. Примеры передачи единого контента разными каналами коммуникации можно обнаружить еще в начале регулярного массового радиовещания в СССР. **Первые опыты интеграции на жанровой и контент-основе относятся к 1924 г.**, времени появления новой формы радиопередачи — радиогазета. По своей структуре она была звуковой копией печатного издания и передавала весь объем газетной информации в аудиоформате.

Радиогазета быстро обрела популярность у слушателей и впоследствии была дифференцирована по аудиторному признаку (рабочая, крестьянская и т.п.). Аудиокопия газеты значительно усиливала связь советского радио с аудиторией. Территориальная разобщенность, финансовые трудности, безграмотность населения не позволяли значительной его части стать читателями печатных изданий того времени.

Радио на начальном этапе решило эту проблему. Однако такой синтез наложил отпечаток и на профессионализацию радиоспециалистов. Роль диктора сводилась исключительно к прочтению написанных газетчиками материалов, что ограничивало возможности его творческой реализации (серьезным ограничителем была, конечно, и цензурная политика). Спустя несколько лет выпуск радиогазет был прекращен, а на смену этой форме пришли другие жанры, в том числе заимствованные из периодической печати.

Процесс объединения возможностей радио и периодики наблюдается и в настоящее время. Так, например, информационный портал «ТенгриНьюс» помимо одного из самых тиражируемых сегодня онлайн-СМИ предлагает собственный радиоконтент со сходной функциональной направленностью. Радио «ТенгриФМ» — это информационно-развлекательное СМИ, вещающее как в FM-диапазоне, так и в Интернете. На примере работы данного медиахолдинга отчетливо прослеживается и тенденция к универсализации профессии журналиста, ставшей одной из ключевых характеристик конвергенции. Специальные корреспонденты, обозреватели, редакторы, задействованные в выпуске сетевого издания, выступают еще и как авторы собственных рубрик и программ на радио «ТенгриФМ».

Эффективно взаимодействуют на современном этапе и аудиовизуальные СМИ. Слияние технологий теле- и аудиотрансляций происходит по следующим позициям:

- видеотрансляция в эфире регионального телевидения;
- студийная online-трансляция на собственных интернет-ресурсах;
- запуск радиостанциями собственных каналов на видеохостинге «YouTube»;
- создание медиахолдингом круглосуточного телеканала.

При организации радиостанции видеотрансляции посредством новейших телекоммуникационных систем необходимо учитывать следующие факторы:

- трансляция должна быть доступна для просмотра на всех современных гаджетах с разными платформами;
- организация видеотрансляции из радиостудии посредством одной веб-камеры неэффективна. Количество камер может варьироваться, но минимальное количество — два. При этом техника должна обеспечивать качественное изображение и полноценное стереозвучание;
- возможность оперативного комментирования видео — важный аспект современной мультимедийной журналистики. Поэтому видеотрансляция радиоканала не должна открываться в новом окне. Это значительно усложнит просмотр, а также интерактивное включение аудитории.

Телевидение и радиовещание сегодня объединено и smartтехнологиями. Например, медиаплееры, позволяющие зрителям прослушивать эфир FM-радиостанций, встроены в современные телеприемники Smart TV. Эту же возможность предоставляют ресиверы цифрового телевидения, имеющие и функцию записи радиоэфира в WMA-формате на персональный компьютер. Современное теле оборудование предоставляет аудитории возможность формировать индивидуальный список радиоканалов: пользователю предлагается весь доступный радиоконтент с возможностью редактирования. Телерадиовещание высокой четкости предлагают и операторы цифрового спутникового телевидения. За дополнительную плату пользователям «Триколор ТВ» предлагается подключить радиопакет, включающий 33 профессиональных FM-радиостанций, в том числе Топ-10 популярных радиоканалов. Данная услуга доступна с 1 февраля 2013 г.

Если говорить о трансформации, то серьезным изменениям радиовещание подверглось после повсеместной интернетизации и вступления в эру новых

телекоммуникационных технологий. Интернет изменил саму природу радиовещания, заставив его адаптироваться под цифровую среду, приобрести новые характеристики. Интеграция радио и Интернета происходит следующим образом:

- запуск собственного информационно-коммуникационного ресурса (официальные страницы радиостанции, предоставляющие пользователям полный объем информации о радиоканале, его концепции, истории, авторском коллективе, дополненные мультимедийными компонентами, такими как фотогалерея, онлайн-трансляция, медиатека, и интерактивными технологиями (форум, чат, голосование, комментирование);

- веб-интеграция радиоканалов (объединение максимального количества ссылок на FM и интернет-радиостанции в единую аудиосреду на базе веб. Это принцип медиаплеера);

- ретрансляция эфира офлайновой станции на различных веб-ресурсах («сетевой двойник» FM-радиостанции. Трансляция осуществляется на доступных интернет-сайтах, в том числе социальных медиа, лояльных ресурсах и сайтах-партнерах);

- сетевое радиовещание с уникальным контент-предложением (запуск и продвижение радиостанции, вещающей только в глобальной сети).

Первый радиосайт был запущен 1 апреля 1993 г. американской некоммерческой общественной исследовательской корпорацией IMS («The Internet Multicasting Service» — «Мультивещательные интернет сервисы»). Проект получил название «Internet Talk Radio» («Разговорное интернет-радио»); основателем его стал американский экономист, писатель, эксперт в сфере информационных технологий Карл Маламуд. За месяц до официального запуска «Internet Talk Radio» авторитетная газета The New York Times посвятила статью «Turning the desktop PC into a Talk Radio Medium» («Преобразование настольного компьютера в разговорное радио-медиа») подробному освещению грядущего события. В ней ряд экспертов, в том числе и Карл Маламуд, высказались о технической возможности вещания радио в Сети и востребованности данной медиаплатформы у пользователей.

«Internet Talk Radio» не вещало в прямом эфире, а представляло собой сервер со ссылками на звуковые файлы программ разной тематической направленности, созданные радиожурналистами специально для «Internet Talk Radio». Любой желающий мог скачать или прослушать выбранную им программу в удобном для него формате (их было три: .au, .gsm, .ra). На сайте отсутствовала графика, иллюстрации, форумы, чаты и иные интерактивные формы, кроме адреса электронной почты редакции. И хотя «Internet Talk Radio» нельзя назвать полноценной сетевой радиостанцией, поскольку отсутствовал такой важный признак радиовещания, как непосредственная передача аудиопотока «в реальном времени» (онлайн-трансляция), все же в остальном этот сервер уже отдаленно напоминал те сайты онлайн-станций, которые впоследствии массово распространятся в интернет-пространстве.

1 января 1994 г. корпорацией IMS был запущен новый проект — радиостанция RT-FM, круглосуточно вещавшая в прямом эфире. Причем у посетителей сервера была возможность не только слушать прямой эфир, но и

скачивать архивы некоторых программ или записей прямых трансляций. В данном случае сотрудники корпорации IMS сделали акцент на живом вещании: RT-FM проводило прямые аудио- (и даже видео-) эфиры с различных конференций и круглых столов. 7 ноября 1994 г. студенческое радио WXYC университета Северной Каролины в Чапел-Хилл (США), вещавшее в городе на FM-частоте 89,3 МГц, стало первой традиционной радиостанцией, объявившей о запуске ретрансляции своего эфира в Интернете.

Большой популярности среди пользователей названные сайты не имели, поскольку прослушать их контент было весьма проблематично — загрузка файлов могла продолжаться не один час. Ситуацию изменил выпуск программы «RealAudio», которая улучшила скорость передачи данных, качество воспроизведения файлов и хранения звука в Интернете. Программа «RealAudio» сыграла важную роль в эволюции интернет-радиовещания, значительно усовершенствовав технологии потоковой передачи аудиоданных. Далее последовал запуск бесплатных стриминговых аудиоплееров (стриминг — потоковое вещание в Интернете), которые сделали сетевое радиовещание общедоступным. Вследствие этого начался заметный рост количества веб-радиостанций.

Сегодня казахстанский и зарубежный опыт интернет-вещания помогает сформулировать преимущества перехода традиционных СМИ в цифровую среду:

1 вещание радиостанции в Интернете осуществляется в потоковом режиме. У пользователей также есть возможность скачивать файлы из аудиоархива;

2 возможность подключиться к радиостанции, вещающей в Интернете, в любой точке планеты. Естественно, для этого нужен доступ в Интернет;

3 развитие мобильных сетей превращает в радиоприемник не только компьютер, но и мобильный телефон, планшет и другие современные гаджеты;

4 при трансляции эфира радиостанции на собственном сайте слушатель видит название трека, имя исполнителя;

5 вещание радиостанции ведется с выделенного сервера, а управление эфиром может осуществляться с любого компьютера, подключенного к Сети. Для обеспечения вещания никакого специального оборудования не требуется;

6 цифровое качество вещания исключает какие-либо помехи, зоны недостаточно хорошего сигнала и другие дефекты звука, которые присущи эфирному вещанию. Как правило, интернет-вещание ведется двумя потоками — качественным (128 Кбит/с) и потоком невысокого качества (64 Кбит/с) для приема на мобильные устройства и низкоскоростные модемы. Антенна не требуется.

Интернет сделал возможным появление ранее не существовавших форм радиовещания:

- радио-трансфер (на интернет-портале представлена рубрикация радиостанций по формату, жанрам и тематике). Данная платформа перенаправляет пользователя на официальный сайт выбранной радиостанции (например, ресурс «La Radio FM»);

- мультиформатное радио (радиоресурс, предоставляющий слушателям на базе одного сервера ряд оригинальных радиоканалов разных музыкальных стилей). Например, сайт 101.ru, www.specialradio.ru. Последний включает 23 музыкальных потока (от русского рока до французской музыки начала 1960-х годов).

Популярность данного ресурса определяется возможностью выбора и мгновенного прослушивания любого музыкального блока. Ежедневный объем пользователей — более 10 тыс. человек;

- персональное радио. Сервис автоматически подбирает музыку по пользовательскому запросу и формирует бесконечный плей-лист. Чем активнее пользователь слушает песни на сайте, тем более точно ресурс сможет сформировать персонифицированное радио. Данная форма интернет-радиовещания представляет собой медиаплеер (например, <http://lyrsense.com/radio> или <http://playvk.com/>).

Персональное радио как феномен появилось на Западе. С 2000 г. на территории США функционирует популярный ресурс «Pandora» (его зарубежные аналоги — «Slacker» и «iHeartRadio»). Он позволяет формировать собственный плей-лист в соответствии с музыкальными приоритетами интернет-пользователя. Помимо прочего, данный музыкальный портал имеет функцию дислайк, которая помещает композицию в так называемый «спам-лист». В 2007 г. был запущен похожий проект slacker.com — сетевая онлайн-радиостанция, каналы которой формируются диджеями. А интерактивные технологии были применены в социальной сети «Turntable.fm» (организована в 2011 г.), предоставляющей пользователям возможность обмениваться музыкальными треками. Сочетает в себе потоковое радиовещание, чаты и голосование. В 2012 г. ресурс «Spotify» бросил вызов «Pandora», запустив в США бесплатный радиосервис для пользователей iPhone и iPad. Подобные персонифицированные интернет-радиостанции переманивают значительную часть аудитории у аналогового вещания, но у них есть ряд недостатков:

- всегда нужен доступ к Интернету;
- придется слушать рекламу;
- плата за премиум-аккаунт, позволяющий исключить рекламу;
- любимые треки нельзя прослушивать неограниченное количество раз.

Лицензионные соглашения с музыкальными компаниями предполагают лимит по воспроизведению песен одного исполнителя за час;

- ограничение доступа. Ресурсы доступны только на территории Америки.

В современных медиаусловиях целесообразно говорить о такой тенденции, как преобразование медиа в user-guided (с широкими возможностями для пользователя выбирать контент по своим предпочтениям) и user-generated (контент в значительной мере продуцируется самими потребителями). Способом реализации последнего, в частности, служит подкастинг — процесс создания и распространения звуковых или видеофайлов (подкастов) в стиле радио- и телепередач в Интернете.

Сегодня более актуальной мультимедийной информационно-коммуникационной площадкой для распространения собственного медиаконтента стали социальные сети. Их неоспоримые преимущества для СМИ состоят в следующем: прямой контакт с целевой аудиторией без посредников, беспрецедентно высокая степень доверия, бесплатная виртуальная фокус-группа, вовлечение потребителя в матрицу непрерывного потребления, онлайн программы лояльности. Помимо этого, продвижение радиостанциями своих аккаунтов в

социальных сетях «Twitter», «ВКонтакте», «Facebook», «Google+» способствует большой узнаваемости бренда, росту слушательской активности, в том числе за счет молодежи. Тем более что привлечь аудиторный сегмент в возрасте от 18 до 25 лет к прослушиванию FM-радиоволны представляется весьма проблематичным, поскольку традиционные медиа для них были вытеснены онлайн-контентом. «Поколение С» (сокращение от слова «content») или «цифровые аборигены» — это все те, кого взрастили социальные сети. 35% молодых людей указанного возраста около 35% времени проводят в Интернете и только 5% времени посвящают прослушиванию традиционного радио. Поэтому внедрение радио в интернет-среду поможет привлечь и впоследствии удержать данную аудиторную нишу. Способствовать этому могут также мобильные версии сайтов радиостанций и разнообразное программное обеспечение для современных гаджетов. Например, для мобильной операционной системы Android существуют следующие программы для прослушивания радио:

— «Digitally Imported Radio» — радиоприложение для любителей электронной музыки;

— «Ultimate Dance Radio 1.1» — Android-приложение для прослушивания музыкальных радиостанций танцевального направления;

— «Streaming Radio 1.0» — функциональная программа для прослушивания множества онлайн-радиостанций на коммуникаторах, работающих под управлением Android;

— «Stinky Radio 0.4» — радио, предназначенное для Android-смартфонов, которое создает сам пользователь. С помощью «Stinky Radio» можно записать подкаст, а также разместить его для прослушивания остальными пользователями;

— «RadioBee 1.9.10» — медиаплеер, предлагающий список из 75 тыс. интернет-радиостанций.

Свои медиаплееры для организации и воспроизведения музыки и фильмов предлагают и разработчики компании «Apple» для платформ OS X и Windows. Например, iTunes. Вследствие освоения новых мультимедийных возможностей радио приобрело новый набор качеств и свойств. Еще недавно можно было выделить как минимум 12 природных свойств радиовещания:

1) акустичность (используется в качестве основного средства выражения звук);

2) вневизуальность (отсутствие визуального образа);

3) вездесущность;

4) доступность;

5) массовость;

6) оперативность;

7) фоновость (использование в качестве фона. Прослушивание радио не требует отказа от повседневных дел);

8) дистантность речевого акта (радиожурналист никогда не видит своего слушателя, а только имеет представление о нем);

9) синхронность восприятия речи в момент ее произнесения;

10) направленность речевого сообщения (радиоэфир адресован слушателю);

11) камерность (индивидуальное восприятие аудиопотока);

12) эмоциональная привязанность.

Использование новых мультимедийных технологий делает несостоятельными такие базовые свойства радио, как вневизуальность и сию минутность (видеотрансляции, фотоматериал в социальных сетях). Радио сегодня выходит из разряда сугубо акустических СМИ и приобретает ранг аудиовизуального медиа. Данный аспект оценивается как положительная тенденция, особенно учитывая специфику современной аудитории. Общеизвестно, что существует несколько типов восприятия информации, поступающей из внешней среды. В зависимости от преобладания того или иного сигнала человек может относиться к аудиалам, визуалам, кинестетикам или дигиталам. В Казахстане преобладает визуальный тип над аудиальным. Точное процентное соотношение людей с тем или иным типом восприятия подсчитать невозможно, отчасти и потому, что человек может сочетать в себе сразу несколько типов восприятия (например, визуально-кинестетический), а также нарабатывать навыки восприятия информации несвойственным ему ранее образом (так, дигитал при необходимости может стать аудиалом и наоборот). Тем не менее ученые предполагают, что сегодня в нашей стране преобладает визуально-кинестетический тип:

35% — визуалы;

35% — кинестетики;

25% — дигиталы;

5% — аудиалы.

Для аудиалов восприятие информации на слух является первостепенным. Поэтому их можно считать перспективной аудиторией радиоканала. Визуалам, кинестетикам и дигиталам, в свою очередь, в силу их врожденных и приобретенных качеств так или иначе необходим визуальный образ или физическое ощущение, чтобы информация была ими воспринята и усвоена. Поэтому новая черта сетевого радиовещания как визуальная картинка аудиопотока позволяет значительно увеличить аудиторию радиоканала, привлечь к прослушиванию и просмотру радиоэфира людей с неаудиальным типом восприятия.

Интернет также позволил уйти радио от такого, казалось бы, отрицательного свойства, как сиюминутность, выражающегося в восприятии информации в момент ее трансляции. Размещение аудиоматериалов радиостанции на различных платформах в Интернете позволяет многократно прослушать материал или его отдельный фрагмент, что улучшает восприятие информации и позволяет донести до адресата все смысловые нюансы информационного потока. А значит, привлекает внимание аудитории не только к конкретной радиопрограмме, но и к радиостанции в целом. Став посетителем интернет-сайта или страницы в социальных сетях той или иной радиостанции, пользователь заинтересуется ее сеткой вещания, авторским коллективом, музыкальным контентом. Тем более что радио, по мнению генерального директора Европейской медиа группы А. Полесицкого, по-прежнему наиболее близко к потребителю СМИ, сопровождает его в течение всего дня и служит, в зависимости от времени суток, рода занятий, возраста, настроения, и источником информации, и собеседником, и

эмоциональным фоном.

Интернет усиливает и такое свойство радио, как вездесущность. И раньше территориальный и аудиторный охват данного СМИ был впечатляющим. Сейчас цифровая среда позволяет слушателям, находящимся в любой точке мира (при условии наличия интернет-доступа), ознакомиться с контентом практически любой радиостанции, вещающей даже на ультракоротких волнах в своем регионе. Таким образом, радио приобретает новый признак — трансграничность.

Еще вчерашние очевидные конкуренты радио (другие СМИ, Интернет, телефония) становятся новыми каналами распространения радиоинформации, союзниками радио в деле расширения своей аудитории. Конечно, Интернет становится универсальной площадкой для функционирования всех традиционных медиа, предоставляя им мультимедийные возможности по распространению своего контента. Однако конвергенция СМИ продолжается и традиционным путем, когда телевидение, радио, печать интегрируют свои медиавозможности в едином информационном производстве. Конвергенция позволяет СМИ сделать материал актуальным, современным технически, помогает расширить аудиторию посредством использования мультимедийных возможностей.

Литература

- 1 Колодкин В. Радио в Интернете. Вестнике ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2014, №1
- 2 Калмыков А.А. Медиалогия Интернета/ А.А. Калмыков. - М.: URSS, 2012. - 271 с.
- 3 Засурский И. (ред.). Интернет и интерактивные электронные медиа: исследования. Часть 1 Трансформация глобального информационно-коммуникационного пространства в интернете. Сборник Лаборатории медиакультуры, коммуникации, конвергенции и цифровых технологий. Издательство МГУ. Москва. 2007 г. - 262 с.

Контрольные вопросы:

- 1 Назовите преимущества, которые предоставляет Интернет радиостанции.
- 2 Объясните, в чем проявляется конвергенция «радио и телевидения», «радио и периодической печати».
- 3 Охарактеризуйте основные этапы развития радио в Интернете.
- 4 Назовите три новые формы радиопотока, которые стали возможны благодаря Интернету.
- 5 Дайте определение понятия «подкастинг».
- 6 Перечислите и охарактеризуйте основные природные свойства офлайн-радио.