

УДК 044.7:621.396

ІНТЕРНЕТ-РАДІО: МИНУЛЕ ЧИ МАЙБУТНЄ?

Олександр ДМИТРОВСЬКИЙ

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
буль. Генерала Чупринки, 49, Львів, Україна, 79044,
e-mail: journft@franko.lviv.ua*

У статті проаналізовано сьогодення українських радіостанцій, котрі здійснюють мовлення через Інтернет. Зокрема, розглянуто питання тематичного наповнення ефіру, місце радіожурналістики у процесі розвитку вітчизняних Інтернет-ЗМІ, дано оцінку процесам формування цього сегмента сфери мас-медіа.

Ключові слова: радіожурналістика, мережеве радіо, Інтернет-ЗМІ, наповнення ефіру, аудиторія Інтернет-ЗМІ.

Динамічний ринок мас-медіа отримав новий поштовх для розвитку із моменту збільшення кількості користувачів всесвітньої мережі Інтернет. Більше того, поява нового горизонту суттєво розширила межі практики завдяки застосуванню специфічних можливостей веб: гіпертексту, інтерактивних елементів, поєднання аудіо- та візуальної інформації. Перелічені інструменти застосовуються у веб-аналогах традиційних засобів масової інформації: газет, радіо та телебачення. Не оминули зміни і власне діяльності журналістів, з одного боку створивши широкі можливості для професійного зростання, а з іншого – зменшивши час «роботи на місці події» на користь перебування у веб-просторі.

Значущість таких процесів зумовлена зростанням кількості Інтернет-ЗМІ у світі та Україні, зокрема, яке своєю чергою, пояснюється впливом таких факторів:

- 1) збільшення кількості користувачів Інтернет в Україні та світі зазвичай за рахунок економічно активного населення;
- 2) прагнення мас-медіа, особливо друкованих видань, до розширення аудиторії за рахунок користувачів всесвітньої мережі;
- 3) наявності технічних переваг перед традиційними ЗМІ: дешевизна, оперативність управління та оновлення, доступність інформаційних ресурсів.

Ретроспективний погляд в історію журналістики починаючи із моменту виникнення ЗМІ до сучасного інформаційного насичення життя людства дає змогу сприймати виникнення Інтернет-ЗМІ як еволюційну закономірність. Визначальні риси традиційних мас-медіа притаманні і їх веб-аналогам, проте очевидною є невідворотність змін, котрі впливають на сутність, форму та методи роботи ЗМІ.

Дослідження у цьому напрямі знаходять своє місце у працях вітчизняних науковців. Зокрема, розглянуто сутності поняття та особливостей Інтернет-ЗМІ у працях І. Артамонової, І. Бикова, М. Медведчука, проблем типології Інтернет-ЗМІ у роботах

О. Колісник, О. Коцарева, І. Тонкіх, розглянуто проблеми журналістики у веб в доробках О. Мелещенко, М. Чабаненко, веб-телебачення у роботі Л. Федорчука. На жаль, попри актуальність даного питання, самостійному дослідженню сектору Інтернет-радіо приділено недостатньо уваги в науковій літературі. Власне, дана стаття має на меті зробити перші кроки у цьому напрямі, звернувши увагу на ряд питань, котрі стосуються сьогодення та перспектив розвитку цього виду Інтернет-ЗМІ.

Історія мережевого радіо розпочалася на початку 90-х років ХХ ст. Перше свідчення про спробу здійснити мережеву трансляцію позначене у 1993 р., коли радіостанцією «Internet Talk Radio» (США) було здійснено успішну спробу дублювання ефіру радіостанції у веб. Повністю мережева радіостанція розпочала роботу у 1995 р. – «НК Radio» (США), слухачами якої були винятково користувачі Інтернет. За деякими свідченнями першопрохідцями в російському інтернеті була радіостанції «Європа Плюс» (Росія), котра у 1996 р. організувала трансляцію радіоефіру програми О. Троїцького «Достоєвський FM» в Інтернет [1]. Першими в Україні радіостанціями, які вдалися до дублювання свого радіоефіру в Інтернет були «Gala Радіо» (Київ) та «Лтава – Ваша хвиля» (Полтава) у 1998 р., а першою мережевою стала «Pilman`s RADIO» (Київ) у 2002 р. [4].

Інтернет-радіо стало можливим завдяки появі технологій передачі потокової аудіо-інформації через мережу Інтернет, а перспективним завдяки зростанню його аудиторії внаслідок доступності технологій швидкої передачі даних та здешевлення послуг Інтернет-провайдерів. Водночас ті самі чинники сприяють розвитку інших Інтернет-ЗМІ. Говорити про конкуренцію між ними, на нашу думку, недоцільно через те, що способи подання інформації різняться за можливостями та потребами користувача. Проте ці відмінності мають суттєвий вплив на формування ніш інформаційних послуг, закріплюючи за кожним із видів Інтернет-ЗМІ власну тематику та аудиторію.

До слова, про вузьку спеціалізацію Інтернет-ЗМІ схиляється і І. М. Артамонова: «З точки зору тематичної різноманітності переважна більшість текстових Інтернет-ЗМІ можуть бути названі універсальними, тоді як для радійних та телевізійних більше підходить визначення як спеціалізованих. Так, радійні Інтернет-ЗМІ найчастіше концентруються на одній темі (музика), а телевізійні – на одній галузі (телебачення)» [2].

Візьмемо наприклад інформаційно-аналітичні ресурси. Тут для користувача важливими є актуальність та повнота висвітлення, зручність перегляду та доступність інформації. Найкраще задовольняють ці потреби текстові Інтернет-ЗМІ шляхом створення стрічки новин, архіву, тематичних рубрик, системи внутрішніх та зовнішніх посилань, а також забезпечення можливості пошуку інформації. Потреби аудиторії переважної більшості мережевих радіостанцій полягають у формуванні сприятливого фону під час здійснення інших видів діяльності. Задоволення цих потреб реалізується шляхом програвання музичних блоків, створення розважальних програм тощо.

Водночас, інформаційні блоки музичних радіо розважального та інформаційно-розважального формату, намагаючись охопити найбільше резонансних подій, допускають певне «спрощення», віддаючи перевагу констатування подій, у шкоду їх осмисленню та інтерпретації, про що писав М. В. Шкондін: «... посилення тенденції

універсалізації змісті різних структурних утворень ЗМІ на шкоду глибині аналізу того, що відбувається» [3].

Універсальність та доступність Інтернет-ЗМІ для користувачів уможливило користування водночас і інформаційними ресурсами, і Інтернет-радіо. Своєю чергою для медіа це дає змогу продовжувати діяльність в обраному напрямку та створювати своє обличчя залежно від очікувань інтересів цільової категорії споживачів.

Натомість розглянемо практичний аспект. За даними Першого українського незалежного радіопорталу [4] в Інтернет-мережі транслюють свої програми 122 українські радіомовні компанії. Більшу частину із них становлять радіостанції, котрі дублюють мовлення через Інтернет – 81. Відповідно їх формат мовлення орієнтується на слухачів ефірних радіочастот. Тому тематичне наповнення таких радіостанцій відповідає наповненню їх оригіналів.

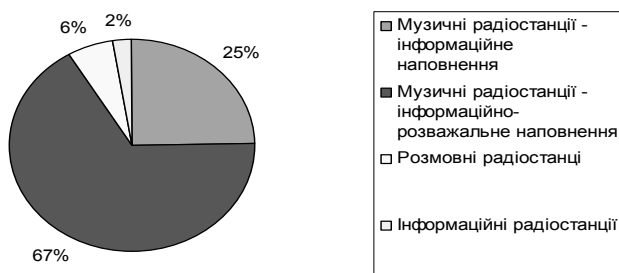


Рис. 1. Наповнення ефіру радіостанцій УКХ-діапазону, котрі дублюють мовлення в Інтернет

Переважає більшість недержавних радіостанцій (окрім 2-х розмовних) орієнтуються на музичний формат. Середнє співвідношення музичних та інформаційно-розважальних блоків становить 85:15 ефірного часу. Крім музичних блоків в ефірі багатьох радіостанцій можна слухати новини політики, бізнесу, економіки та ін., метеозведення, вітальні та розважальні програми. Частина радіостанцій транслюють продукти виробництва інформаційних служб «Радіо «Свобода», «Німецької хвилі». Залежно від вікових та соціальних ознак цільової аудиторії відбувається вибір розмовної складової ефіру між інформаційними та розважальними програмами, а також стильового формату музичних блоків.

Характерним є те, що інформаційні та три із п'яти розмовних радіостанцій перебувають у державній власності. У їх наповненні переважають новини, аналітичні, публіцистичні програми, авторські програми присвячені висвітленню різноманітних аспектів життя українського суспільства. Радіостанції транслюють програми власного виробництва та виробництва інформаційних служб інших радіостанцій: «Радіо «Свобода», «Німецька хвиля».

Іншу структурну картину спостерігаємо аналізуючи наповнення ефіру радіостанцій, котрі здійснюють мовлення винятково у веб-просторі (див. рис. 2).

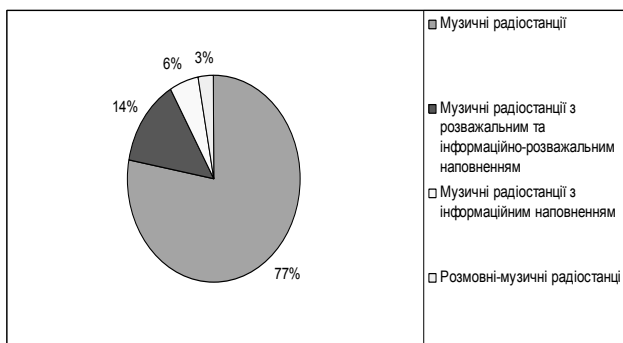


Рис. 2. Наповнення ефіру радіостанцій, котрі здійснюють мовлення в Інтернет

Даний рисунок ілюструє особливість контенту радіостанцій в Інтернет: переважна більшість зорієнтовані на музичний формат мовлення – 77%. Частка «розважальних» радіостанцій становить лише 14%, а половина із них успадкували формат з часів мовлення в радіоефірі. Незначну частку від загальної кількості радіостанцій становлять розмовно-музичні та музично-інформаційні радіостанції – лише 9%, а із їх числа авторські програми транслює лише одна – «Молоде радіо», котра свого часу розпочинала як ефірна.

Загалом кількість мережевих радіостанцій збільшується (див. рис. 3).

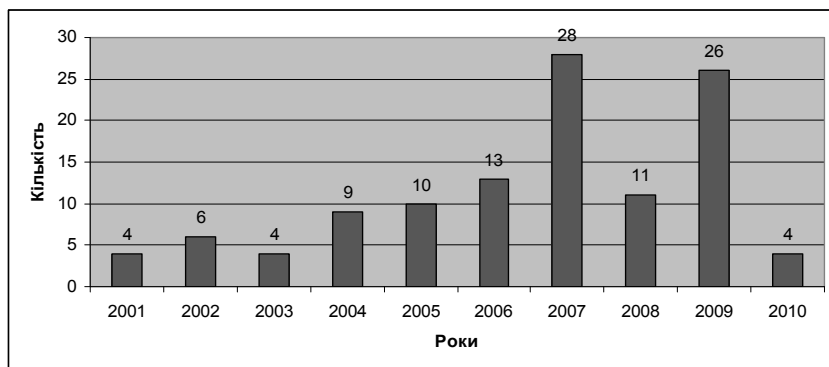


Рис. 3. Зростання кількості мережевих радіо в Інтернеті

Як бачимо, помітною є тенденція до зростання. Так у 2007 та 2009 роках кількість новостворених Інтернет-радіостанцій досягала найвищих значень – 28 та 26 відповідно. Цей процес є закономірним. Вважаємо, що чисельність мережевих радіостанцій зростатиме і надалі як за рахунок ефірних радіостанцій ДХ-УКХ хвильового діапазону, котрі прагнуть розширити аудиторію, так і за рахунок винятково мережевих радіо. Проте це не свідчатиме про розширення сегменту Інтернет-радіо чи розвиток галузі. За умови, коли поріг виходу на ринок є досить низьким, подібним індикатором розширення має бути збільшення аудиторії слухачів.

У підсумку зазначимо, що говорити про сформований мережевий сегмент ринку мас-медіа на цьому етапі розвитку недоречно. По-перше, необхідною є нормативна база, котра б регламентувала та регулювала мовлення в мережі Інтернет, зокрема забезпечила дотримання авторських прав. По-друге, розробки потребує методична база, котра б чітко визначала ознаки Інтернет-ЗМІ та розмежувала їх між собою за видами діяльності. Ці питання є фундаментальними, тому від ефективності їх вирішення залежить майбутнє мережевого радіо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Колодкин В.* Радио в Интернете / В. Колодкин // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2004. – № 1. – С. 103
2. *Артамонова І. М.* Системні характеристики онлайнних та офлайнних ЗМІ / І. М. Артамонова // Вісник СумДУ. Серія: Філологія. – 2008. – № 1. – С. 181.
3. *Шкондин М. В.* Трансформация типологической структуры российских СМИ: системные аспекты / М. В. Шкондин // От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. – М. : Изд-во Московского университета, 2000. – С. 112.
4. Українське Інтернет-мовлення [Електронний ресурс] / Світ радіо. – 2010. – Режим доступу: <http://www.proradio.org.ua/netradio/#list> – Назва з екрану.

Стаття надійшла до редколегії 10.09.2011

Прийнята до друку 29.09.2011

INTERNET RADIO: PAST OR FUTURE?

Olexandr DMITROVSKIY

*Ivan Franko National University of Lviv,
49, Generala Chuprynky Str., Lviv, Ukraine, 79044,
e-mail: journfl@franko.lviv.ua*

The article analyzes the current Ukrainian radio stations that broadcast over the Internet. In particular, the question of thematic content broadcast, the important role of radio journalism in the process of domestic online media, the estimation processes of this segment of the sphere of information services.

Key words: radio journalism, network radio, online media, filling the air, the audience of online media.

ИНТЕРНЕТ-РАДИО: ПРОШЛОЕ ИЛИ БУДУЩЕЕ?**Александр ДМИТРОВСКИЙ**

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. Генерала Чупрынки, 49, Львов, Украина, 79044,
e-mail: journfl@franko.lviv.ua*

В статье проанализировано настоящее украинских радиостанций, которые осуществляют вещание через Интернет. В частности, рассмотрен вопрос тематического наполнения эфира, рассмотрено место радиожурналистики в процессе развития отечественных Интернет-СМИ, дана оценка процессам формирования данного сегмента сферы масс-медиа.

Ключевые слова: радиожурналистика, сетевое радио, Интернет-СМИ, наполнения эфира, аудитория Интернет-СМИ.