

объем оказанных туристических онлайн-услуг составил почти 740 млрд за год, что на 56,1 % выше, чем показатель прошлого года [3].

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что использование интернет-технологий с целью популяризации провинций среди туристов является неотъемлемой частью формирования брендов территорий. В рамках плана «Интернет Плюс» формирование туристических имиджей городов и их популяризация имеет большое значение для повышения объема внутреннего туризма.

По статистике Всемирной туристической организации ООН (ЮНВТО) больше трети туристов публикует свои впечатления и отзывы, фотографии, советы о местах отдыха в социальных сетях [4].

Из этого следует, что социальные сети играют важную роль в формировании имиджей китайских городов, повышении их туристической привлекательности, а разнообразие контента позволяет сформировать полное представление о той или иной провинции в Китае при выборе места отдыха.

Литература

1. Имиджевый видеоролик провинции Гуанси «Мир шумный, а Гуанси – спокойная». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sohu.com/a/115221725_448312. – Дата доступа: 30.11.2017.
2. Бахарев, И. Китай запускает план «Интернет Плюс» для развития экономики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e-pepper.ru/news/china-new-plan-internet-plus.html>. – Дата доступа: 30.11.2017.
3. Доклад об онлайн-туристическом рынке КНР за 2017 год. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dotour.cn/article/29703.html> – Дата доступа: 30.11.2017.
4. Кусина, О. А. Социальные сети как эффективный инструмент маркетинга в индустрии встреч. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.tourlib.net/statti_tourism/kusina.htm. – Дата доступа: 30.11.2017.

Юлия Ткаченко

*Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко
(Приднестровская Молдавская Республика)*

ТРЕНДЫ В РАЗВИТИИ РАДИО В КОНТЕКСТЕ МУЛЬТИМЕДИЗАЦИИ И МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ (на примере Приднестровских радиостанций)

Вопреки всем неутешительным прогнозам конца XX века относительно судьбы радио, оно сегодня продолжает занимать свою нишу в системе средств массовой информации. Правда, это потребовало тотальной трансформации как технических, так и творческих приемов производства и распространения медиапродукта: изменения жанровой системы, расширения



профессиональных компетенций радиоведущих, использования новых платформ, совершенствования способов взаимодействия с аудиторией и много-го другого. Такой комплексный подход позволил радиовещанию не просто сохранить свои позиции, но и привлечь новую более молодую аудиторию.

Сегодня эти изменения продолжают, в том числе и на приднестровских радиостанциях. Основными в развитии радио на сегодняшний день можно назвать следующие тенденции:

1. Сращение радиовещания с интернет-технологиями.

Как отмечают Л. П. Шестеркина и О. С. Шаманова, «Интернет-радиовещание – не просто новый вид радиовещания, это новый тип средств массовой коммуникации, который сегодня находится в активном развитии» [7]. Дело в том, что интернет по сути дал радиовещанию второе дыхание, открыл те возможности, которые ранее по чисто техническим причинам были для радиовещания закрыты. Сегодня же границы между разными типами СМИ стираются за счет использования общих подходов.

Понятие «сетевые СМИ», по мнению А. Н. Губанкова, «описывает ту новую электронную коммуникативную и информационную систему, которая начала формироваться во второй половине 1990-х гг. из слияния глобализованных и ориентированных на индивидуальные заказы СМИ и компьютерной коммуникации; характеризующаяся, с одной стороны, интеграцией различных технических средств, с другой, – интерактивным потенциалом» [2].

С. В. Асланова подчеркивает, что на первый план в развитии всех видов СМИ вышли сегодня такие их качества, как «визуализация, интерактивность, производство «клипового каст-контента» [1].

Таким образом, технологическая палитра возможностей интернета предоставила радиовещанию новые ресурсы в представлении информации, способы непрерывного диалога со слушателем и вовлечения его в процесс создания медиапродукта, приемы привлечения аудитории за счет использования современных мультимедийных творческих приемов и решений.

Приднестровские радиостанции, государственная «Радио 1» и коммерческая «Интер-FM», также осваивают интернет-технологии в конкурентной борьбе за слушателя. Активные действия в этом направлении, такие как развитие сайта, использование социальных сетей и мобильных приложений позволило в последние годы расширить аудиторию приднестровского радиовещания.

2. Повышение степени мультимедийности современного радио.

По замечанию И. В. Литвиненко, стремительную мультимедизацию в сфере радиовещания можно объяснить такими факторами как «технологический прогресс, острая конкуренция с телевидением, привычка населения к видеопрограммам, а также стремление привлечь более молодую аудиторию» [5].

Приднестровские станции постепенно вводят в структуру своих сайтов мультимедийный контент. На сайте «Радио 1» [6] есть видеотрансляция эфира, позволяющая увидеть весь процесс создания радиопрограммы, а «Интер-FM» [3] весьма профессионально использует преимущества совместной конвергентной работы с телеканалом ТСВ, выкладывая телевизионные сюжеты о новых акциях и конкурсах, проводимых радиостанцией.

Тем не менее в вопросе использования мультимедийного инструментария у приднестровских станций есть еще большой неиспользованный потенциал, в частности, в работе с текстами, фотографиями и инфографикой.

3. Использование социальных сетей в качестве перспективной платформы для продвижения контента.

Как отмечает С. В. Асланова, «наличие в социальных сетях аккаунтов радиостанций, а также страничек её главных эфирных персонажей или даже неких придуманных героев «зэфирья» – вот новый эффективный рычаг развития аудиоСМИ в быстро меняющейся медиареальности» [1].

У приднестровских радиостанций тоже есть аккаунты в социальных сетях, которые становятся площадкой для анонсирования акций, конкурсов, игр, новых проектов и в целом создают динамичное пространство, в полной мере реализующее информационную, развлекательную и организаторскую функции, характерные для радиовещания. Однако особого внимания заслуживает аккаунт утреннего шоу «Утренний FRESH» («Радио 1»), благодаря которому выстраиваются не просто доверительные отношения с аудиторией, а скорее дружеские. Такой эффект достигается за счет располагающей атмосферы и обилия неформальных фотографий ведущих, предстающих перед аудиторией обычными людьми со своими слабостями и интересами.

4. Использование мобильных приложений с целью привлечения аудитории.

Д. Э. Коноплев утверждает, что «развитие мобильных устройств и переход большей части активной аудитории от стационарных компьютеров и ноутбуков к смартфонам и планшетам привело к существенным изменениям в электронных медиа: часть из них переориентировались под новые потребности, часть собирается это сделать в ближайшем будущем, остальные вскоре исчезнут» [4]. Государственная станция «Радио 1» предоставляет своей аудитории возможность слушать эфир через мобильный телефон. Безусловно, переход на мобильную платформу позволяет расширить сегмент прежде всего молодежной аудитории.

5. Вариативность возможностей взаимодействия с аудиторией.

Сегодня сайт радиостанции в совокупности с аккаунтами в социальных сетях и мобильными приложениями создает максимально интерактивное пространство, в рамках которого происходит постоянное взаимодействие со слушателем, причем, не просто на уровне диалога, но и на уровне его во-

влечения в творческий процесс, когда слушатель становится не просто сторонним наблюдателем, а полноправным участником творческого процесса.

На приднестровских радиостанциях используется широкий спектр форм обратной связи с аудиторией: телефонные звонки в прямом эфире, электронная почта, sms-сообщения, возможность комментирования в соцсетях, рубрики «предложить тему», возможность оформить заявку на песню или написать поздравление. Кроме того, обе радиостанции постоянно организуют разнообразные конкурсы, игры, квесты, практикуют приглашение слушателей в студию.

Следует подчеркнуть, что в перспективе все эти тренды современного радио будут только усиливать свое влияние на сферу радиовещания, поэтому представляется важным их дальнейшее осмысление с точки зрения запросов и потребностей аудитории.

Литература

1. Асланова (Новаторова), С. В. Мультимедийный контекст продвижения радиовещания в социальных сетях в аспекте медиаконвергенции / С. В. Асланова // Вестник ННГУ. – 2013. – № 4-2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/multimedinyy-kontekst-prodvizheniya-radioveschaniya-v-sotsialnyh-setyah-v-aspekte-mediakonvergentsii>. – Дата доступа: 14.12.2017.
2. Губанков, А. Н. Культурное пространство города в сетевых средствах массовой информации / А. Н. Губанков // Вестник СПбГУКИ. 2011. № 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/kulturnoe-prostranstvo-goroda-v-setevykh-sredstvakh-massovoy-informatsii>. – Дата доступа: 13.12.2017.
3. Интер-FM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://inter-fm.com>. – Дата доступа: 13.12.2017.
4. Коноплев, Д. Э. Закат десктопов: как мобильные платформы меняют медиа и их аудиторию / Д. Э. Коноплев // Вестник ЧелГУ. 2015. № 5 (360). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/zakat-desktopov-kak-mobilnye-platformy-menyayut-media-i-ih-auditoriyu>. – Дата доступа: 11.12.2017.
5. Литвиненко, И. В. Прямые видеотрансляции из студий радиостанций: специфика и типология / И. В. Литвиненко // Вестник ЧелГУ. 2015. № 5 (360). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/plyamyey-videotranslyatsii-iz-studiy-radiostantsiy-spetsifika-i-tipologiya>. – Дата доступа: 14.12.2017.
6. Радио 1 (Радио Приднестровья) // ГУ «Приднестровская Государственная Теле-радиоккомпания» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://radio.pgtrk.ru>. – Дата доступа: 13.12.2017.
7. Шестеркина, Л. П. Специфика контента регионального интернет-радиовещания (на примере Челябинской области) / Л. П. Шестеркина, О. С. Шаманова // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. 2014. № 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-kontenta-regionalnogo-internet-radioveschaniya-na-primere-chelyabinskoy-oblasti>. – Дата доступа: 10.12.2017.