

А.Л. Лебедева

ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РАДИОВЕЩАНИЯ В КОНТЕКСТЕ «ТЕКУЩЕГО МОМЕНТА»

MAIN FEATURES OF RADIO BROADCASTING IN THE CONTEXT OF «THE PRESENT MOMENT»

В современной системе сми радиовещание по-прежнему остается востребованным и конкурентоспособным. в частности, способность включать в сферу своего действия широкие аудиторные ниши связана с рядом факторов физического, социопсихологического и психологического характера, присущих природе радио. среди них – оперативность, вездесущность, фоновость.

Ключевые слова: радиовещание, оперативность, вездесущность, фоновость, психологическое воздействие, общество, система СМИ.

Radio still remains demanded and competitive within the present mass-media system. in particular, the ability to include wide range of listenership into its scope related to a number of physical, socio-psychological and psychological factors inherent to the essence of radio. amongst them are urgency, ubiquity, background.

Keywords: radio, urgency, ubiquity, background, psychological impact, society, mass-media system.

БГУ, Минск, Беларусь.

Радиовещание не просто субъект и объект исторического процесса, оно представляет собой летопись. «Наряду с телевидением и печатными средствами массовой информации стало важнейшим источником коммуникации, влияющим на все стороны общественной жизни: духовное развитие, экономический рост, социальную и политическую стабильность, развитие институтов гражданского общества. Оно является также специфическим средством социализации, приобщения личности

и целого поколения к культурным ценностям народа, нации, человечества», – отмечает исследователь радио В. В. Барабаш [1, с. 7].

Природа радио – акустическая: осуществляется исключительно в звуке, в чем заложены как огромные преимущества данного средства массовой информации, так и некоторые его ограничения. Теоретик в области радиожурналистики И. Н. Тхагушев отмечает: «Радиовещание принадлежит к системе СМИ. Системное представление, понимание, изучение средств массовой информации имеет огромное теоретическое и практическое значение» [4, с. 3]. Еще в начале 1990-х он писал: «В настоящее время происходят перестроение, ломка, изменение качеств СМИ, но системным объектом они остаются. Изменяющиеся системные признаки выглядят непривычно, порой трудно распознаваемы, тем более при наличии элементов дисфункциональности, утилитаризма, стихийности и даже иррациональности современной журналистики» [4, с. 3]. Говоря о роли радиовещания в обществе и его месте в системе СМИ на конкретном современном этапе, И. Н. Тхагушев использовал словосочетание «текущий момент» [4, с. 3]. На наш взгляд, сегодня в контексте разговора о качественных изменениях в характеристиках аудиальных средств массовой коммуникации также уместно рассмотреть основные характеристики радиовещания в контексте «текущего момента».

Если оперировать временными характеристиками, то еще 10–15 лет тому, по утверждению Д. И. Любосветова, «среди других каналов массовой коммуникации радиовещание обладало самой высокой проникающей способностью, по масштабу охвата населения и значимости в жизни людей с ним трудно было конкурировать не только газетам, но и родственному электронному средству – телевидению» [2, с. 3]. По мнению ученого, «радиовещание остается надежным спутником человека, как бы естественной средой его повседневного существования и в условиях, затрудняющих или исключающих контакт с миром с помощью других средств так называемого массового общения. Можно сказать, что оно стало „электронным удлинением“ одного из его чувственных рецепторов – слухового – до глобальных масштабов» [2, с. 3].

Необходимо отметить, что способность радиовещания включать в сферу своего действия огромное количество людей, возникшее с его появлением качественно новое освоение пространственных, аудиторных возможностей связано с рядом факторов физического, социопсихологического и психологического характера, присущих природе радио, таких как:

- оперативность – возможность (прежде всего техническая) обеспечить минимальный промежуток времени (если говорить о сфере оперативной журналистики) между произошедшим и сообщением о нем, а в предельных случаях (прямая трансляция) представить его аудитории simultaеnно, одномоментно, создавая у слушателей ощущение «события», соучастия. В структуре современных СМИ радио по-прежнему остается одним из наиболее оперативных каналов передачи информации. Технические средства, в частности, наличие мобильного телефона, дают возможность радио осуществлять трансляцию событий в момент их свершения. Как отмечают исследователи радио, «его дело – это, в первую очередь, информировать, тогда как дело телевидения – демонстрировать, а газеты – анализировать и объяснять» [1, с. 94];

- всезвездность – способность электромагнитных колебаний (волн), несущих сообщение, проникать в любую покрываемую излучением передатчика точку пространства. Высокая проникающая способность радио обеспечена благодаря компактности и мобильности на современном уровне электроники приемных устройств (самый распространенный на данный момент – мобильный телефон). На разных этапах развития радиовещания у понятия «вездесущность» менялся синонимичный ряд. Так, на начальной стадии это была доступность, которая трактовалась как понятность: увеличение аудитории происходило во многом за счет не умеющего читать населения, которое радио привлекало устной формой информации. Впоследствии доступность стала трактоваться как всезвездность – всепроникающая способность радио. На протяжении длительного периода, в том числе и в настоящее время, озаменованное тотальным влиянием интернета, радио благодаря своей пространственной свободе остается вне всякой конкуренции в целом ряде ситуаций: во время нахождения человека в пути, занятый делами и т. д. В современных условиях актуализировался еще один аспект доступности – дешевизна. Очевидно, что в финансовом отношении радио сегодня является одним из наиболее доступных источников информации;

- фоновость – акустический способ осуществления, восприятие радиосообщения на слух, что не требует от человека полного сосредоточения внимания, т. е. происходит процесс слушания радио в виде совмещенной деятельности. «В массовости и популярности радио это обстоятельство играет чрезвычайно важную роль, принимая во внимание, что дефицит свободного для социального

общения времени в современной реальности – всеобщая проблема», – считает Д.И. Любосветов [2, с. 3]. Данный факт неоспорим: возможность у слушателей совмещения приема сообщения с другими занятиями принципиальным образом отличает радио от других коммуникативных каналов;

- способность передавать реальные звуковые характеристики явлений средствами документальных «рисующих» шумов, создающих так называемый эффект присутствия [2, с. 3];

- радиовещание оказывает психологическое влияние на людей. В системе СМИ радио, ориентированное, прежде всего, на слуховое восприятие, воздействует на воображение человека в большей степени. Еще до появления радио было доказано, что человек в меру своих возможностей и развития ассоциативного мышления пытается перевести звуковые впечатления в зрительные. Процесс этот неизбежен, он не зависит от желания человека, ибо выражает объективную закономерность природы восприятия окружающего мира. Радио высвобождает воображение слушателя и определенным образом компенсирует тот эмоциональный и мыслительный застой, те навыки автоматизма в поведении и реакциях, которые выработаны привычным жизненным опытом. К этому следует добавить и повторяемость всевозможных стрессов, которые человек получает на работе, в быту, в обстоятельствах жизни большого города. Эти стрессы, как утверждают психологи, также полностью подчиняют себе мышление и эмоции. Восприятие такого человека оказывается явно перегруженным, фантазия – задавленной, воображение – отключенным. Между тем нормальный организм требует эмоционального равновесия, которое в определенной мере и способно создать прослушивание радиопередач. Социопсихологи утверждают, что даже самая трагическая информация воспринимается с меньшим нервным напряжением по радио, чем с экрана телевизора, так как в этом случае срабатывает механизм психологической защиты, который есть у каждого индивидуума [4].

Таковы основные свойства радио в контексте «текущего момента», позволяющие ему успешно взаимодействовать с другими современными СМИ, в частности, с интернетом и телевидением, сохраняя при этом неповторимые методы и формы воздействия на аудиторию, а также интерес слушателей. Следует отметить, что перечисленные характеристики дают возможность радио расширить его коммуникативные возможности, а также усилить социально-интегративный потенциал.

Литература

1. Барабаш В.В. Радио как институт культуры: теория, история, практика. М., 2007.
2. Любосветов Д.И. Радиовещание и аудитория: некоторые особенности взаимодействия // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1999. № 3.
3. Тхагушев, И.Н. Современное радиовещание в системе средств массовой информации. Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1994. № 6.
4. Шерель А.А. Аудиокультура XX века: История, эстетические закономерности, особенности влияния на аудиторию: очерки. М., 2004.