

ИНТЕРАКТИВ В РАДИОЭФИРЕ – СПУСТЯ 10 ЛЕТ

Интерактивность – способность человека активно влиять на содержание и направленность СМИ, возможность общаться с другими слушателями, свободно высказывая свое мнение. Интерактивное общение на радио – неотъемлемый компонент эфира, продукт эпохи демократизации, способ самовыражения для аудитории. В условиях интерактивности слушатель – глав-

ный герой эфира, его создатель. Этой темой заинтересовались исследователи. Так, В. Егоров в своей книге «На пути к информационному обществу» [см. 1, с. 107] делает попытку классифицировать модели интерактивного радиовещания, выделив следующие категории: интерактив-поздравление; интерактив-обсуждение; интерактив-вопрос; интерактив-игра.

Интерактивные передачи приобрели за десятилетие заметную популярность. Следует уточнить, что интерактивное вещание далеко не изобретение сегодняшнего дня (как это считают некоторые FM-продюсеры), это детище радиовещания далеких 1930-х годов, когда радио взяло на вооружение такую массовую, оперативную и чрезвычайно действенную форму «управления и оперативного руководства», как радиоперекличка. Попросту говоря, в эфире была использована самая демократичная форма – общение у микрофона.

Новые средства коммуникации и передачи разговорной речи на порядок упростили общение людей. Почта (письма и телеграммы) – это ушедший вид интерактивности из-за своей низкой мобильности. На радиостанциях с современным техническим оборудованием почту заменили факсимильные послания, на которых строились программы с соответствующими названиями: «Музыка по факсу», «День рождения по факсу» (радио «Юнистар»), электронные письма и сообщения на пейджер.

Компьютер позволил поддерживать контакт со слушателями в двух видах: непосредственно через электронную почту или с помощью Интернета; через сервер ICQ, участие в форумах, голосованиях на сайтах радиостанций (за музыкальные композиции, за лучшего ди-джея). Такое изобретение, как пейджер, дало возможность очень эффективной обратной связи, получению оперативной информации о положении на дорогах, интересных происшествиях в городе («Альфа-радио»). Использовался пейджер и в интерактивных играх, например, в игре «Снайпер» (утреннее шоу радио «Юнистар»).

Телефон мобильной связи (следующий этап) – самый популярный вид интерактивного общения на радио. Применяются и методы «многоуровневого» интерактива. Например, в программе «Заява» (радио «Юнистар») ведущий сам дозванивается

до адресата, поздравляет его и соединяет слушателей в прямом эфире. Большинство игр на радио проводится именно посредством телефонной связи по принципу «позвони – ответь на вопрос», когда слушатели могут стать и непосредственными участниками радиопрограммы («Народны хіт» на радио «Сталіца»).

Прямые интерактивные включения применяются и в других блоках радиоэфира: естественным явлением стали репортажи с места политических, общественных, спортивных событий.

К проявлению интерактивности на радио можно причислить и участие слушателей в различных викторинах, радиопутках. При этом методы применения форм интерактивности могут быть самыми разными: слушатели либо сами звонят в эфир (отвечают на вопросы ведущих, поют), либо ди-джеи набирают номера слушателей (в радиопутках, когда ведущий играет какую-либо роль – например, надоедливой старушки «бабы Зинь», которая звонит и разыгрывает в эфире «соседей» («Альфа-радио»).

Проведенный нашими респондентами экспресс-анализ одного дня вещания на частотах FM-каналов выявил далеко неоднозначную, пеструю картину вещательного поля. Так, в эфире «Альфа-радио» слушателям предлагаются различные интерактивные игры и викторины, обзоры прессы, информационные выпуски (на русском и белорусском языках), интерактивные ток-шоу (например, так называемый SMS-разговор «Офисная тема»), музыкальные передачи, хит-парады. В сетке вещания «Радио Би-Эй» значительное место также отводится концертам по заявкам («Сто личных приветов»), рубрикам о кино («Кино-пробь»), моде («Модные новости»), путешествиях («Пять континентов»), современных технологиях.

На «Радио Рокс» звучат музыкально-развлекательные шоу («Напарники», «Выходной день»), выпуски новостей, обзоры прессы. В эфире радио «Unistar» можно услышать различные ток-шоу («Город женщин», «Интимный дневник»), хит-парады, авторские программы («Uptempo», «Новая зямля», «Поколение BEST», «Европейский футбол»), информационные передачи («Unistar в Европе», «Мировая погода»).

Как видим, в эфире современных локальных информационно-музыкальных коммерческих FM-станций главенствующую

позицию занимает музыкальное содержание, а также скромный ряд информационных (с малой долей аналитичности), околмузыкальных и развлекательных передач с элементами интерактивного вещания: розыгрыши, викторины, музыкальные загадки и т.д. В подобных условиях коммерческие радиостанции вынуждены постоянно искать свое «лицо», вырабатывать новые формы подачи материала, приемы работы с аудиторией, чтобы не потеряться на фоне всех остальных. И здесь с полной уверенностью можно сказать: чем больше форм интерактивного вещания использует радиостанция, тем больше слушателей она сможет привлечь.

Современное вещание поменяло свои приоритеты: оно стало более массовым и доступным. Теоретики и практики современной радиожурналистики почти единодушны в своей оценке, что интерактивной журналистике уготовано большое будущее. Действительно, «разговорное» вещание, а это формат большинства FM-станций, за последние годы подняло свой авторитет среди слушателей за счет бурного проявления нового качества интерактивности.

Литература

1. Егоров В.В. На пути к информационному обществу / В.В. Егоров. – М., 2006. – 107 с.