

гровые реалити (телевизионный эксперимент). Использование термина «шоу» в русскоязычной терминологии для последних некорректно, т. к. они строятся на альтернативной модели коммуникации. Однако и использование термина «реалити» хоть и снижает ожидания относительно сложности программы, однако порождает определенные требования к контенту.

Библиографические ссылки

1. Гуцал Е. А. Реалити-шоу на современном российском телевидении: дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Ур. гос. ун-т им. А. М. Горького [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/realiti-shou-na-sovremennom-rossijskom-televidenii.html>. (дата обращения: 01.08.2019).
2. Уразова С. Л. Реалити-шоу: особенности и принципы моделирования. М. : ФГОУ ДПО «ИПК работников ТВ и РВ», 2011. 240 с.
3. Кузьмінава А. Ю. Тэлешоу: ад творчай задумы да рэалізацыі / навук. рэд. В. М. Самусевіч. Мінск : Медысонт, 2014. 112 с.
4. Hill A. Reality TV: audiences and popular factual television. London : Routledge, 2005. 231 p.
5. Hill A., Weibull L., Nilsson Å. Public and Popular: British and Swedish Audience Trends in Factual and Reality Television // Cultural Trends. 2007. № 16:1. P. 17– 41.
6. Деревня Live. Столичное телевидение // Столичное телевидение [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ctv.by/derevnya-live> (дата обращения: 01.08.2019).

ИНТЕРАКТИВНОСТЬ В РАДИОЭФИРЕ: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

А. Л. Лебедева

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
anna_lebedeva@tut.by*

В статье рассматривается интерактивность как одна из важных характеристик не только современного радиовещания, но и на разных исторических этапах его развития. Речь идет о трансформации форм обратной связи. Опираясь на актуальные исследования, автор обозначает основные этапы развития интерактивности в радиоэфире.

Ключевые слова: интерактивность; формы общения; радиовещание; радиостанция; аудитория; эфир.

RADIO-INTERACTIVITY: A HISTORICAL ASPECT

A. L. Lebedeva

Belarusian State University,

9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus

Corresponding author: A. L. Lebedeva (anna_lebedeva@tut.by)

The article considers interactivity as one of the important characteristics not only of modern broadcasting, but also at different historical stages of its development. It is about the transformation of feedback forms. Based on relevant research, the author outlines the main stages in the development of interactivity on the air.

Keywords: interactivity; forms of communication; broadcasting; radio station; audience; broadcast.

Интерактивность – одна из ключевых характеристик современного радиозэфира. Это способность человека активно влиять на контент, информационную политику СМИ, возможность общаться с другими слушателями, высказывать свое мнение. Значение интерактивности сложно переоценить, поскольку она, бесспорно, сближает аудиторию и СМИ. Активизация обратной связи в прямых эфирах и на сетевых платформах является неотъемлемой частью работы радиостанции, что позволяет производить мониторинг общественного мнения, формировать социальную позицию, отражать актуальные проблемы.

Следует отметить, что интерактивность – явление не нового порядка для радио. История развития интерактивности в эфире берет свое начало еще с момента появления первых профессиональных радиостанций, когда одной из форм обратной связи были радиопереклички, возникновение которых стимулировано технической возможностью одновременного выхода в эфир из разных городов. «В ноябре 1928 года была проведена первая радиоперекличка городов Москва, Ленинград, Минск, Баку, Тбилиси. Новая форма многостороннего общения в эфире получила широкое распространение» [1, с. 14]. Впоследствии они были названы «активными» и широко вошли в практику работы Белорусского радио: «Первая радиоперекличка прошла в марте 1931 года и посвящалась подготовке всех областей Белоруссии к весеннему севу» [1, с. 15]. Таким образом, в эфире была использована самая демократичная форма – общение у микрофона.

К началу 1960-х гг. радиожурналисты впервые используют одну из интерактивных форм, востребованную и сегодня, – передачу репор-

тажей и телефонных разговоров. Необходимость в большем объеме оперативной информации в новых форматах вещания стала причиной появления радиостанции «Маяк», где информационные передачи и выпуски новостей чередовались с музыкальными и развлекательными выпусками.

В 1970-е гг. появляется первое корпоративное радио: на фабриках, заводах, различных предприятиях действовали собственные сети вещания, что было шагом к взаимодействию с представителями различных профессий.

В отношении потенциальных предпосылок активной интерактивной коммуникации с аудиторией также стоит отметить радиостанцию «Юность». В выпусках «Молодежного канала» здесь использовали такие формы интерактивного общения, как письма слушателей и телефонные звонки. «Стремление сделать радиослушателя активным участником обсуждаемых в эфире проблем привело журналистов «Юности» к решению объявить номер редакционного телефона. Аудитория откликнулась немедленно» [2, с. 63]. Такая работа особенно активизировалась с началом перестройки.

В нашей стране в конце прошлого столетия на развитие новых творческих методов, принципов и подходов в работе журналистов повлияла реструктуризация государственного радио: многие передачи были переведены в режим «живого эфира». Прямой эфир, зачастую дополненный элементами интерактивного общения с аудиторией, составил основу радиовещания. Однако в целом объем прямых эфиров, например, Первой программы Республиканского радио, по сравнению с FM-станциями, оставался небольшим (у FM-станций прямая трансляция занимала не менее 90 % от общего количества эфирного времени). Значительная часть радиопередач была представлена в записи, что объясняется спецификой их подготовки, в частности, информационно-аналитических, которые на тот момент преобладали в эфирной сетке.

Опираясь на исследования Е. А. Стрельниковой, можно выделить следующие этапы развития интерактивности в радиоэфире:

1. *Письмообразующий*. Этот период соотносится с советской эпохой. Обратная связь редакций с аудиторией осуществлялась в виде писем от слушателей. На их основе организовывались первые «проинтерактивные» формы (игры, обсуждения). Это говорит о том, что радио, как СМИ, изначально было диалогичным.

2. *Перестроечный период*. Здесь появляются тенденции персонифицированности передач (программа ассоциируется с автором). Развитие

получает прямой эфир, в котором на основе диалогичности формируется интерактив.

3. *Современный период*. Он характеризуется быстрым распространением интерактивных технологий в вещании [3].

Таким образом, благодаря интерактивности у радиостанции есть представление о реальной аудитории. Зная аудиторию, можно точнее выбрать форму подачи материала в эфир, прогнозировать воздействие материала. Очевидное отличие интерактивных программ от остальных – форма непосредственного обращения к аудитории. «Прямой эфир показывает всесторонность интерактивных отношений, незаученность аргументов и выводов, движение мысли (интонации, неожиданные разговорные ситуации, которые возникают в процессе публицистического творчества «здесь» и «сейчас»), он документально объединяет между собой всех участников интерактивной программы. В нем заключены самые разнообразные формы вовлечения людей в круг отношений. Именно такие передачи вызывают массовую реакцию у аудитории» [3, с. 23].

Библиографические ссылки

1. Основы белорусской радиожурналистики. История радиовещания. Формы и жанры / В. Г. Булацкий [и др]. Минск : БГУ, 2006. 192 с.
2. Синдинская М. Осторожно конвергенция! // Журналист. 2011. № 1. С. 63–64.
3. Стрельникова Е. А. Интерактивное вещание на региональном радио (на примере Оренбургской области): дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. М., 2007. 181 с.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ КНР В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

Ли Чжэн

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004 г. Минск, Республика Беларусь,
630332130@qq.com*

В материале рассматриваются основные направления развития телевидения КНР в условиях глобализации информационного пространства. Анализируются особенности развития телевидения Китая на начальном этапе глобализации.

Ключевые слова: национальные медиасистемы; глобализация информационного пространства; медиапродукты; медиасодержание.