

УДК – 621.396.71

Основные проблемы и перспективы развития радио в Крыму

Криворученко К. Ю., Кoryтова А. Д.

*Таврический национальный университет
им. В. И. Вернадского, г. Симферополь, Украина*

Данная научная статья посвящена возможностям развития крымского радио и анализу современных проблем и перспектив региональных радиостанций. Мы изучили теоретический материал по теме, рассмотрели структуру радиовещания как системы, выявили основные проблемы и возможности развития радиовещания в Крыму.

Ключевые слова: радиостанция, перспективы крымского радио, этапы развития, радиорынок.

Актуальность. С появлением и становлением FM-вещания в Украине сформировалась качественно новая ситуация в радиовещании вообще и в национальном информационном пространстве в частности. Она характеризуется: резко возросшей независимостью СМИ от власти как таковой; пропорциональным уменьшением возможностей государства влиять на социум; внедрением новых (по сравнению с советским периодом) информационных технологий и приемов воздействия на обыденное сознание; расширением возможностей, отличных от государственных центров силы в проецировании своего влияния на общество; активном внедрении в него новых ценностных и мировоззренческих ориентации, представляющих собой универсалистские стереотипы (приоритет личности и ее интересов над государственными, абсолютная ценность свободы, прав человека, занимающих в иерархии современного обыденного сознания высшие позиции).

Исследуемая нами сфера радио развивается очень динамично: инвесторы интенсивно скупают и перекупают частоты, своим интересом подтверждая перспективность бизнеса. В Украине повторяется сценарий развития радио на Западе, когда все станции в стране постепенно оказываются под контролем 5-10 компаний. Процесс объединения украинских радиостанций в холдинги происходит даже более высокими по сравнению с другими странами темпами. Коммерческих радиостанций в крымском эфире становится все больше, и их конкуренция только усиливается.

Радио – единственный источник информации, воздействующий на потребителя в любое время дня и в любом месте нахождения. Этим обусловлена актуальность нашего исследования.

Целью нашей работы является изучение развития радио в Крыму.

В соответствии с целью нами были поставлены следующие задачи:

- изучить теоретический материал по теме;

- рассмотреть структуру радиовещания как системы;
- выявить основные проблемы радиовещания в Крыму;
- описать перспективы развития радио в Крыму.

Система радиовещания является подсистемой системы СМИ, но в то же время самостоятельна как собственно система, она обладает теми же признаками и качествами, что и система СМИ. Большое же влияние на положение радио в системе СМИ оказывает взаимодействие центрального и регионального вещания. Они должны не подменять друг друга, а дополнять. Радио, как и все местные СМИ, участвует в создании единого информационного пространства страны. В последние годы местные СМИ начинают все более мыслить общенациональными категориями [9, с. 24].

Радиовещание – полифункциональное, так как оно осуществляет разные функции. Поэтому сгруппируем его многочисленные функции следующим образом [8, с.5] :

1. Информационные.
2. Обеспечивающие социальное управление обществом.
3. Культурно-просветительские.

Что касается основы структурной организации информационно- музыкальных радиостанции, то здесь стоит выделить ряд факторов, на которые она опирается:

1. Размеры потенциальной аудитории, то есть количество, социальный и демографический состав населения, на которое ориентирована работа радиостанции;
2. Выбранный тип вещания – многопрофильный, подразумевающий подготовку и выпуск в эфир передач разных направлений: информационных, просветительских, общественно-политических, образовательных, развлекательных, – или локальных, когда четко определен один вид вещания для одной группы слушателей;
3. Объем рекламы и ее место в общем объеме вещания радиостанции;
4. Уровень технической оснащенности радиостанции.

Существует два вида программирования информационно-музыкальных радиостанции [6, с. 57]:

1. В основе горизонтального программирования лежит принцип всеохватности. Радиостанция, программируя сетку вещания, закрывает все жанрово-тематические ниши, пытаясь удовлетворить потребности всей потенциальной аудитории, живущей в данной местности, не разбивая ее на целевые группы. В рамках этой стратегии сетка вещания ориентирована на аудиторию с разными социальными, демографическими, половозрастными характеристиками.

2. Большинство коммерческих радиостанций постепенно перешло на узкое, или специализированное вещание, что в свою очередь породило стратегию вертикального программирования. Стратегию вертикального программирования связывают с понятием «формат»

В условиях рынка обострилась конкурентная борьба за частоты и качество звучания, а, следовательно, проблема технического оснащения станций, а также борьба за рекламу – важнейший источник существования радиостанций. На первом этапе развития радиорынка в создании станций участвовали зарубежные, главным образом французские и американские предприниматели. Однако доля их участия в общенациональном масштабе оказалась невелика.

Конкуренция заставляет станции искать свои индивидуальные черты, свой неповторимый эфирный образ, который может привлечь внимание пусть небольшой, но постоянной части аудитории. И те станции, которые сумели найти собственный стиль вещания, пользуются неизменной популярностью у слушателей. Найти, завоевать, а

затем удержать своего слушателя – такова программная политика станций. И государственные, и коммерческие станции пристально следят за движением аудитории, за рейтингом. И если есть отрицательная динамика, немедленно принимаются меры: вводятся новые программы, приглашаются известные исполнители и ведущие, меняется журналистский корпус, расширяется развлекательная и игровая зона вещания.

Нынешняя ситуация в телерадиоинформационном пространстве Автономной Республики Крым развивается двояко. С одной стороны, наблюдается его насыщенность в центральных регионах полуострова, а с другой — в ряде отдельных регионов Северного и горного Крыма по-прежнему ощущается определенный информационный голод на теле- и радиоэфир.

В настоящее время в автономии зарегистрировано и работает 82 телерадиоорганизации. В том числе 14 телекомпаний эфирного вещания, 15 эфирных радиостанций, 12 радиоредакций проводного вещания, 40 кабельных и одна эфирно-кабельная радиоорганизация [4, с. 2]. Свою продукцию крымчанам и гостям полуострова предлагают одна государственная (ТРК «Крым»), семь коммунальных и остальные коммерческие телерадиокомпании. В основном они работают на радиослушателей и телезрителей центра и Южного побережья Крыма.

В то же время у жителей Кировского, Советского, Нижнегорского и Первомайского районов есть серьезные претензии к качеству эфирного и кабельного телерадиовещания. Помимо этого, из-за сложностей горного рельефа в ряде населенных пунктов Бахчисарайского и Судакского регионов количество и качество эфирных телевизионных и радиоканалов ограничено. Так что нам всем есть над чем работать, и здесь нужно, очевидно, выработать четкую методику решения этих проблем.

Однако наряду с так называемыми техническими проблемами, мы все чаще в последнее время сталкиваемся и с теми, решение которых не требует больших материальных затрат. Дело в том, что Автономная Республика Крым является единственным регионом Украины, в котором эфирное вещание осуществляется на семи языках.

Известно, что Конституция гарантирует свободное развитие государственного украинского языка, русского — как языка межнационального общения и родных языков всех этнических групп, проживающих на полуострове. Такой принцип отражает исторические особенности развития Крыма и полностью соответствует демократическим нормам общественной жизни.

Однако в крымском телерадиопространстве все еще обострена языковая проблема. И хотя Национальный совет по телевидению и радиовещанию планирует повышать статус русского языка в Украине [10], пока не отменены нормы вещания на языках нацменьшинств. Такой подход справедливо вызывает острую реакцию крымских радиослушателей и телезрителей.

Состояние передающей сети FM-вещания в настоящее время оставляет желать лучшего из-за несоответствия передающих устройств современным требованиям:

- отсутствия режима однополосной передачи;
- невозможности регулировки уровня несущей, позволяющей улучшить условия электромагнитной совместимости и уменьшить энергопотребление;
- отсутствия устройств автоматического обслуживания;
- низкого коэффициента полезного действия, не превышающего 50%, по сравнению с современными передатчиками, имеющими КПД 85-90%;
- отсутствия режима передачи специальных цифровых сигналов, подвергающихся спектральному сжатию по методу MPEG.

Следует учесть и физическую изношенность около 60% передатчиков, находящихся в эксплуатации. Перечисленные выше причины и физическая изношенность, а также и «старение» передающих устройств, низкая эффективность из-за малого КПД передатчиков требуют полной модернизации радиовещательных сетей ДВ-, СВ- и КВ-диапазонов.

В общем, в новый век современное радио входит как сложившаяся система каналов, различающихся по охвату аудитории, типам собственности, направленности и форматам вещания, популярности у слушателей.

Наверное, нет необходимости говорить о том, насколько важно правильно оценивать аудиторию. Хотя, конечно, портрет слушателя всегда остается в той или иной степени приблизительным. Например, бытует мнение, что информационное радио – радио для интеллигенции. Действительно, среди аудитории таких радиостанций самый большой процент людей с высшим образованием, да и владельцы такого радио наверняка, всегда делали ставку именно на образованных интеллигентных слушателей. Но, конечно же, любое радио слушают самые разные люди. Когда слушатели звонят на радио, сразу понимаешь, что аудитория совершенно разношерстная.

Можно выделить три основных принципа [2, с. 32] – объективность, независимость и оперативность, и эти принципы нерушимы. Следовать им особенно важно сейчас, когда в стране кризисное, тяжелое положение, когда людям действительно нужна объективная, независимая и оперативная информация. Интересно, что девять процентов населения. Кроме того, – такова уж человеческая натура, – эти новости хочется узнать как можно быстрее, а потому оптимален выбор "ужесточено информационного" вещания, с большой частотой подачи новостей. Помимо этого, сейчас, когда все следят за политическими событиями, очень важно приглашать в студию интересных гостей: ярких политиков, аналитиков, политологов, экспертов и т.д.

Таким образом, еще один принцип – умение адаптироваться и адекватно реагировать на обстановку в стране, так как это один из главных факторов, влияющих на настрой аудитории, который, безусловно, нужно отслеживать. Это не очень сложно: естественно, что в период, когда обстановка в государстве относительно стабильна, рейтинг СМИ, считающихся политизированными, традиционно понижается. В такой ситуации просто необходимо сместить акценты с политических событий, разнообразить эфир за счет развлекательных программ – например, за счет игр со слушателями.

Есть еще, конечно, фактор времени: несложно обратить внимание на то, что в выходные радиостанции, как правило, перестраиваются на другой ритм. Информационное радио с его ужесточенным темпом вещания не исключение: оно также должно становиться более свободным радио, радио домашнего настроения, с множеством игр и гостей: актеров, певцов, людей искусства. Не таким напряженным и насыщенным новостями, как в будние дни, а легким, чтобы его можно было слушать даже в машине.

Еще один принцип – вызывать доверие, делать так, чтобы радио звучало правдиво, интеллигентно. И конечно, очень важно, чтобы сохранялся собственный стиль радио. Нужно правильно позиционировать радиостанцию, чтобы каждый, кто попал на нее, понял, какую радиостанцию он включил. Не у всех радиостанций это получается: например, когда включаешь музыкальные станции и попадаешь на ди-джея, то ты не понимаешь порой, что это за ди-джей и что это за станция. За счет чего создается свой стиль? Чаще всего трудно дать готовый рецепт. Скорее всего, за счет всего. Но в первую очередь, за счет особого ритма вещания.

Цель радиостанции – это определяющий, коренной признак, с которого выстраивается вся концепция ее вещания, формируется ее структура, определяются внутренние и внешние взаимосвязи. Четко обозначенные цели играют определяющую роль при формировании формы и содержания вещания радиостанции. Целевое назначение радиостанции, исходя из социального заказа на тот или другой тип радиостанции, определяется собственниками радиостанции: советом учредителей, редакторами, частным владельцем, советом директоров масс-медиа-объединений и др. Разумеется, каждый собственник при этом стремится через целевую установку реализовать собственные цели и интересы. Отсюда все разнообразие целевого назначения радиостанций.

Список литературы

1. Барабаш Н.С. Отечественное радиовещание на современном этапе / Н. С. Барабаш, А. А. Дебабова и др.: Сб.ст. – М.: 1998.
2. Богомолова Н. Н. Социальная психология печати, радио, телевидения / Н. Н. Богомолова. – М., 1991.– 243 с.
3. Болотова Л.Д. Отечественное радиовещание в начале XXI века: новые реалии и старые проблемы. / Телерадиоэфир: История и современность / Под ред. Я.Н. Засурского. / Л. Д. Болотова. – М.: Аспект Пресс, 2005.
4. Добчинский А.А. Городское радиовещание: ретроспектива, современное состояние, проблемы журналистского творчества. / Автореферат на соискание ученой степени кандидата филологических наук / А. А. Добчинский. – М.: 1996 г
5. История советской радиожурналистики; Документы. Тексты. Воспоминания.– М.: 2006. – 117 с.
6. Радио: музыкальное, новостное, общественное... / Под ред. В. А. Сухаревой, А. А. Аллахвердова. – М.: Фонд независимого радиовещания. – 2001.
7. Смирнов В.В. Формы вещания: Функции, типология, структура радиопрограмм: Учебное пособие для вузов / В.В. Смирнов. – М.: Аспект Пресс. – 2002.
8. Тхагушев И.Н. Современное радиовещание в системе средств массовой информации // Вестник Моск. университета. Серия Журналистика. 1994. –№6. – С. 3 – 14.
9. Шкондин М.В. Средства массовой информации: системные характеристики / М. В. Шкондин. – М.: Изд-во МГУ, 2007. – 186 с.
10. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://w1.c1.rada.gov.ua>

Используется для сжатия видеопотока за счет устранения пространственной и временной избыточности. Первая составляющая обеспечивается методами JPEG. Вторая связана с похожестью следующих друг за другом кадров.

2Длинные волны (ДВ) частота 30–300 кГц. Используется для сверхнадежного вещания по принципу: один передатчик – несколько тысяч км зона вещания.

Средние волны (СВ) частота 300 кГц – 3 МГц, – практически все очень похоже на ДВ, однако днем зона вещания не превышает 100–300 км, ночью возможна передача на гораздо большее расстояние.

Короткие волны (КВ) частота 3 МГц – 30 МГц, – достаточно низкое качество сигнала, за счет селективных (неравномерных) замираний, но помех меньше, чем на ДВ и СВ.

Криворученко К. Ю., Кори́това Г. Д. «Основні проблеми і перспективи розвитку радіо в Криму». // Ученіє записки Таврического національного університета ім. В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2012. – Т.25 (64). – № 4. Частина 1. – 91-96.

Дана наукова стаття присвячена можливостям розвитку кримського радіо і аналізу сучасних проблем і перспектив регіональних радіостанцій. Ми вивчили теоретичний матеріал з теми, розглянули структуру радіомовлення як системи, виявили основні проблеми і можливості розвитку радіомовлення в Криму.

Ключові слова: *радіостанція, перспективи кримського радіо, етапи розвитку, радіоринок.*

Kryvoruchenko K. J., Korytova A. «Basic problems and prospects of development of radio are in Crimea ». // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communications». – 2012. – V.25 (64). – № 4. Part 1. – P. 91-96.

This scientific article is devoted possibilities of development of Crimean radio and analysis of modern problems and prospects of the regional wireless stations. We studied theoretical material on the topic, considered the structure of broadcast as systems, exposed basic problems and possibilities of development of broadcast in Crimea.

Keywords: *wireless station, prospects of Crimean radio, stages of development, radiomarket.*

Поступила в редакцію 26.09.2012 з.