

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«Интерактивный потенциал саратовского «Радио России» 2018-
2020-х годов»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 432 группы

направления 42.03.02 «Журналистика»

Института филологии и журналистики

Спирина Александра Геннадьевича

Научный руководитель
профессор, д.ф.н., профессор

Е.Г. Елина

Научный консультант
доцент, к.ф.н.,

Р.И. Павленко

Зав. кафедрой
д.ф.н., профессор

В.В. Прозоров

Саратов
2020

ВВЕДЕНИЕ

В современных медиа постоянно происходят изменения, призванные усовершенствовать практически все сферы использования информационных ресурсов. Мы наблюдаем постоянное появление новых жанров и новых технологий создания медиaproдукта. Радио – не исключение. Помимо всеобщих изменений, можно заметить изменения в работе отдельных редакций радиостанций, другие принципы работы и структуру ведения эфира. Изменяется как технология вещания, так и содержание радиoproграмм. Появляются новые стандарты вещания, новые радиостанции, каждая из которых по-своему уникальна, ориентирована на интересы конкретного слушателя. Именно поэтому в своей работе я решил рассмотреть эфир регионального саратовского «Радио России» и проследить, как в его актуальном информационном поле реализуется неотъемлемое, но одно из самых неустойчивых, постоянно меняющихся, свойство медиа – интерактивность. Этим можно обосновать *актуальность темы и новизну нашего исследования*.

В ходе нашей работы мы изучили структуру эфира Саратовского радио, прослушали выпуски передач, проанализировали особенности жанрового разнообразия и тематическую ориентацию радиoproграмм. Автор выпускной квалификационной работы лично принимал участие в подготовке сюжетов и выпусков во время Производственной журналистской практики 2 и 3 в редакции радиоканала «Радио России. Саратов» в 2018/2019 и 2019/2020 учебном годах.

Предметом исследования стал вопрос уровня интерактивного потенциала. *Объектом исследования* – радиопередачи Саратовского радио.

Цель работы: изучить основные элементы интерактивности в эфире регионального радиоканала «Радио России. Саратов». Для достижения обозначенной цели в работе мы ставим и решаем следующие *задачи*:

- познакомиться с историей Саратовского радио;
- разобраться в понятиях «интерактивность» и «интерактивный потенциал»;

- подробно прослушать выпуски радиопрограмм;
- на примере радиопередач объяснить и проанализировать принцип интерактивности Саратовского радио;
- разобрать структуру эфира Саратовского радио и понять основные принципы взаимодействия радио и радиослушателей.

Цель и задачи определяют **структуру** выпускной квалификационной работы, включающую введение, две главы, заключение, список использованных источников и приложение, в котором представлено интервью с редактором радиоканала «Радио России. Саратов» Е.А. Грачевым.

В первой главе: «**”Радио России. Саратов”**: вехи истории» мы обратились к изучению истории Саратовского радио. В 1926 году начинается великая эпоха саратовского радиовещания, которая оставила значительный след в истории родного края. История – очень важный структурный элемент в нашей работе, так как она передает дух и настроение каждого периода, в котором развивалось саратовское радио. События и рассказы сотрудников радио разных поколений являются хранителями исторических сведений и личных воспоминаний.

Во второй главе «**Элементы интерактивности в передачах саратовского радио**» мы разбираем понятие взаимодействия на радио, обращаемся к статьям ученых, разбираем понятие интерактивности, проводим анализ передач саратовского радио и уже на их примере раскрываем интерактивный потенциал. В **заключении** мы подводим итоги работы и намечаем перспективы дальнейшего исследования. Завершается работа списком использованных источников и Приложением.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

«Радио России» – федеральная государственная радиостанция общего формата, входящая в состав Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании (ВГТРК). Основное вещание идет из Москвы

на всю территорию России на первом канале проводного вещания, а также в УКВ- и FM-диапазонах. Вещание круглосуточное. Слоган радиостанции: «Всему своё время». «Радио России» дает возможность включения региональных передач в соответствии с заранее подготовленной сеткой вещания.

В **первой** главе работы мы обращаемся к истории саратовского радиовещания. В нашем городе радиовещание началось восьмого ноября 1926 года в 7 часов вечера. Окончательное решение о развитии широковещательной сети было принято на Коллегии Народного комиссариата рабоче-крестьянской инспекции СССР по вопросу о радиотелефонном деле от 13 мая 1926 года. С 1929 года на Кумысной поляне началось строительство передающей радиостанции. Оборудование было привезено из Ленинградской области, где была демонтирована местная радиостанция. Под радиоузел отдали здание по адресу: ул. Провиантская, дом 21. Для города и области своя радиостанция были важнейшим приобретением. Сплоченный коллектив саратовского радио не жалел сил для развития радиофикации города. Большую роль в развитии регионального вещания сыграли партийная и комсомольская организации, которые объединяли всех коммунистов. «Благодаря усилиям работников, саратовский радиоузел стал одним из передовых предприятий связи Саратовской области»¹. И действительно, будучи одним из крупнейших радиоузлов в РСФСР, он был оснащен новой современной техникой, было осуществлено подключение 280 тысяч радиоточек. И это было очень важно, поскольку благодаря радио трудящиеся города получали всю необходимую информацию о «политических и экономических событиях, узнавали о трудовых достижениях людей, о достижениях в сферах науки и техники, знакомились с произведениями литературы и искусства»².

¹ Бочкова, Л.А., Пашкина, Т.А. Говорит Саратов. – Саратов, 2012. – С.17.

² Там же. – С. 17.

В 1968 году радиоузел переехал с улицы Провиантской на 2-ю Садовую, где уже находился телецентр. Именно здесь журналисты сегодня и готовят эфирные радиопередачи.

Основным источником исторических данных о саратовском радиовещании в нашем исследовании стала книга «Говорит Саратов», представляющая собой воспоминания работников областного вещания «Радио России». Благодаря ей мы познакомились с изменениями, которые происходили в редакции на разных этапах ее развития, «услышали» голоса ветеранов регионального вещания, познакомились с лучшими наработками в области подготовки информационных, просветительских, развлекательных передач за все время работы саратовского радио.

Благодаря воспоминаниям тех, кто работал на радио в разное время, удалось выяснить, что интерактивность для саратовского радио – не новое понятие, а ее элементы использовались еще задолго до появления этого термина. «В начале 90-х годов интересны были радиомарафоны. Я предложила: “Иван Георгиевич, давайте проведем радиомарафон "Рождество", а собранные деньги распределим по многодетным семьям и что-то необходимое купим детским домам”. Он согласился, и мы начали готовиться. Обзванивали организации, предлагали внести им пожертвования. Занималась всем этим вся редакция радио. Что удивительно, счета мы не открывали. Посадили на нашей проходной кассира, которая записывала фамилии и собирала деньги. Отклик был колоссальный. Люди звонили все 3 часа, пока мы с Людмилой Проскуриной были в эфире»³, – так пишет о рядовом для саратовского радио событии его бывший редактор Л.Ф. Липатова.

Работая корреспондентом на саратовском «Радио России», я понял, что для многих слушателей, в основном старшего поколения, современное саратовское радио – это символ. Радио верят, с радио говорят, радио

³ Бочкова, Л.А., Пашкина, Т.А. Говорит Саратов. – Саратов, 2012. – С.247.

продолжают слушать. «Радио России. Саратов» сегодня выходит еще и на УКВ-частоте 71, 09, а также отдельные передачи можно найти в цифровом формате на сайте гтрк-саратов.рф.

Во **второй главе** перед тем, как приступить к исследованию интерактивного потенциала саратовского радио на современном этапе, мы разобрались в сущности понятия «интерактивность». В самом широком понимании, интерактивность – это коммуникация, взаимодействие, которые позволяют создателям медийного продукта получить обратную связь от своей аудитории, а значит, скорректировать стратегию его создания в соответствии с запросами аудитории. На радио интерактивность достигается, в основном, путем передачи и приема информации от говорящего к слушающему и обратно. То есть, интерактивность достигается в том случае, если какая-либо конкретная информация дошла до слушателя, он на нее отреагировал и продемонстрировал свою реакцию редакции путем звонка, письма, смс-сообщения и т.п.

Перед нами встал и еще один важный вопрос: как слушатели выбирают себе подходящую радиостанцию? Один из ответов на него: контент. Мы предполагаем, что совершенно не важно, разговорно-аналитическая эта радиостанция, или музыкальная. Чтобы добиться популярности как радиопередаче, так и радиостанции в целом, необходимо иметь качественный контент. Это может быть популярная музыка, которая подходит для прослушивания в дороге, или наоборот, обсуждение каких-либо насущных проблем, новостей и других важных и интересных тем слушателю. В дополнение к этому ответу необходимо отметить важное свойство этого контента, а именно – интерактивность.

Интерактивный контент – важная составляющая радио, поскольку данный вид контента очень хорошо позволяет поддерживать взаимодействие со своими слушателями, поднимать рейтинг программы, популяризировать ее среди других. Его наличие предполагает вовлечение человека,

провоцирует его на различные действия. Простой пример этому – обычный звонок радиослушателя в студию.

Например, ведущий в прямом эфире задает вопросы слушателям, а после принимает от них звонки и беседует с ними. Или другой пример – викторина. Зачастую на радио проводят различные конкурсы, принимая участие в которых, радиослушатель имеет возможность выиграть приз. Очень часто призы разыгрывают все так же, в прямом эфире, и от радиослушателя требуется всего лишь дозвониться в студию, и уже после этого ответить на вопросы ведущего. Одна из популярных рубрик на различных радиостанциях – это «песни по заявкам». Любой, кто смог дозвониться в студию, имеет право передать привет, поздравление, а также заказать песню.

Следующим этапом работы стало изучение особенностей интерактивных передач саратовского канала «Радио России». В ходе исследования были прослушаны практически все передачи, которые выходят в эфир в данный момент, это было необходимо для того, чтобы понять, какие из них наиболее полно реализуют взаимодействие со слушателями.

На Саратовском радио активно используют традиционные способы обратной связи со своими слушателями, которые за долгие годы выхода различных радиопрограмм очень хорошо зарекомендовали себя. Каждый день в студию поступает множество писем и звонков. Постоянная связь с аудиторией провоцирует слушательский интерес. Частотность обращения в письмах и звонках к авторам и ведущим той или иной программы зависит, по нашим наблюдениям, от того, насколько жанр, в котором готовится материал, подразумевает наличие обратной связи и вовлеченность аудитории.

Для того, что бы понять интерактивный потенциал Саратовского радио, мы изучили сетку вещания радиостанции и прослушали все выпуски радиопрограмм «Начало дня», «Новости», «Час профессионалов»,

«Лирический аккорд», «От Хопра до Иргиза. Точка на карте губернии», «С первого дубля», «Песня для вас», а также познакомились с их предварительными сценариями и постэфирными расшифровками. Почти каждая из перечисленных передач в той или иной мере реализует важнейшее свойство диалогичности.

Под диалогичностью в работе понимается особый способ взаимодействия адресанта с другим (другими) лицами. Например, беседа с гостем в студии, такой формат широко распространен практически на всех радиостанциях, поскольку делает эфир более живым, ритмичным и динамичным. Отметим, что на саратовском радио такие передачи (например, «Час профессионалов») идут практически всегда в прямом эфире, что также очень важно, поскольку живое общение сильнее влияет на эмоции слушателей именно своей спонтанностью, иногда технической и содержательной шероховатостью, нежели заранее записанная и уже стерильно смонтированная передача с заранее подготовленным текстом.

Очень часто именно во время прямого эфира с гостем радиослушатели могут задать интересующий их вопрос, непосредственно позвонив в студию, отправив смс-сообщение. Такая возможность есть в передачах «Радио России. Саратов», что раскрывает высокий уровень обратной связи, являющейся одним из базовых элементов интерактивности.

В исследовании мы обращаем внимание, что передачи саратовского радио реализуют три вида интерактивности: прямую, косвенную и групповую. Прямая интерактивность – это непосредственное общение ведущего и слушателя (звонки, письма), а косвенная – это и подготовка аудитории к задаванию вопросов посредством рассказа об актуальных событиях в новостях, и привлечение аудитории к созданию программы – например, когда корреспондент записывает опрос на улице.

Интерактивность прямого эфира – это еще и возможность говорить с

одним слушателем как со многими, определяя собирательный образ аудитории. Ощущение соучастия и единения между слушателями, которое неизбежно рождается в прямом эфире, соединяется с заинтересованностью в теме и включенностью в ход ее обсуждения, а высказанный кем-то одним вопрос позволяет многим получить ответ. В этом случае интерактивность используется еще и как внутренний отклик на несформулированный вербально запрос. Этот пример называется «групповой интерактивностью».

На наш взгляд, свойство интерактивности исключительно важно для любого типа СМИ, в том числе, и для радио, поскольку обратная связь помогает редактору понять, что хочет знать ее аудитория, какие вопросы и проблемы беспокоят людей более всего, что бы хотели радиослушатели услышать в эфире. По такому принципу создано множество радиопрограмм, в том числе и на саратовском радио.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В соответствии с задачами, которые были обозначены во введении к выпускной квалификационной работе, были изучены теоретические источники, посвященные проблемам интерактивности и взаимодействия радиослушателей непосредственно к радиостанции, были прослушаны выпуски радиопередач Саратовского радио и, исходя из полученной информации, был произведен их анализ. Мы разобрались в том, что у Саратовского радио огромный интерактивный потенциал.

Радиостанция является по-настоящему «народной». В эфире обсуждаются важнейшие актуальные проблемы, которые касаются каждого слушателя. Принципы взаимодействия с ним, безусловно, зависят от того, в каком жанре работает журналист. В ходе нашего исследования нам удалось выяснить, что новостные жанры – информационной заметки или репортажа – на радио не предполагают прямой интерактивности, но могут выполнять

косвенно-интерактивные задачи: например, включая слушателя в актуальную повестку дня, провоцировать его на задавание вопросов в аналитических передачах. Использование такого жанра, как vox-pop в новостных выпусках, также вовлекает потенциального слушателя радиостанции в процесс размышления над актуальными темами. А вот прямая интерактивность реализуется там, где журналист или ведущий передачи призывает аудиторию к обсуждению серьезных злободневных вопросов, где у слушателя появляется возможность напрямую по телефону или опосредованно – через письма в редакцию – побеседовать с экспертами, специалистами в своей области, способными разъяснить важные явления жизни или дать ответ на острый вопрос. Еще один важный жанр – музыкальные передачи по заявкам также поддерживают интерактивное начало саратовского радио, дают привыкнуть слушателям к тому, что звонить в редакцию можно, и это даже весьма приветствуется. Такой подход важен и с точки зрения психологии медиа, потому что звонок в студию слушателем воспринимается как публичное выступление, перед которым многие испытывают страх, особенно, если речь идет о серьезном обсуждении, а если мы говорим о развлекательном контенте, то позвонить становится уже проще. В своей работе мы отмечаем, что эфир саратовского «Радио России» нельзя найти в Интернете или послушать с мобильных телефонов, но тем не менее интерактивный потенциал у этого радио очень и очень велик. И чтобы его поддерживать, основная часть радиопрограмм выходит в прямом эфире.

04.06.2020  А.Г. Ступин.