

**Эволюция видеоконтента на сайтах радиостанций московского FM-диапазона
(на примере прямых трансляций из студий)**

Литвиненко Ирина Владимировна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
журналистики, Москва, Россия

E-mail: myauchernot@mail.ru

Прямая трансляция из студий стала первой формой видеоконтента, представленного на сайтах радиостанций. Это было обусловлено, во-первых, низкой стоимостью внедрения и дальнейшего функционирования данной функции. Во-вторых, она позволяла удовлетворить всегда присутствовавший интерес слушателей к тому, что происходит в студии, - не случайно ведущая «Эха Москвы» Наргиз Асадова называла трансляцию своего рода «замочной скважиной» [3, с. 140].

Первые эксперименты с видеотрансляциями связаны с использованием веб-камер, которые публиковали на сайтах радиостанций фотографии из студий с определенной периодичностью. По нашим наблюдениям, такую услугу радиостанции предлагали еще в 2003 году (например, «Наше радио»). Спустя несколько лет, во второй половине 2000-х, журналист ВГТРК В.Е. Жаров, давая практические советы о том, как представить радиостанцию в Интернете, с целью экономии средств предлагал вещателям схожее использование веб-камеры [2, с. 214]. Можно сделать вывод, что на тот момент видеотрансляция продолжала оставаться чем-то экзотичным - в первую очередь из-за технологически неразвитого Интернета и относительно высоких затрат на техническое оснащение студии.

Сегодня видеотрансляция является привычным атрибутом сайтов радиостанций, однако далеко не все вещатели используют ее. По состоянию на март 2015 года эта функция доступна на сайтах шестнадцати радиостанций московского FM-диапазона (из более чем пятидесяти). Современные технологии позволяют не только предоставлять пользователям видеокартинку, но и дополнять ее интерактивными возможностями. Профессор Е.Л. Вартанова отмечает, что именно использование интерактивных инструментов ведет «к большей свободе потребителя информации выбирать и изменять цифровой контент» [1, с. 14].

Однако в полной мере такой свободой располагают на данный момент только пользователи сайта «Эха Москвы», который предлагает зрителям видеотрансляции принципиально новые услуги. Так, например, в окне трансляции радиостанции доступна возможность голосования. Иногда она дополняется так называемой кардиограммой эфира - графиком, который отражает отношение аудитории к тому, что говорит в эфире гость. Подчеркнем, видеотрансляция «Эха Москвы» устроена таким образом, что пользователь обладает свободой выбора - он может видеть происходящее в студии сразу с нескольких ракурсов или остановиться на одном, наиболее комфортном и подходящем для него. Подобное построение этой услуги качественно отличает «Эхо Москвы» от других радиостанций московского FM-диапазона, также внедривших трансляции на своих электронных платформах. Большинство сайтов московских радиостанций предлагают своим посетителям «картинку» с одной камеры, если же последних несколько, смена камер обычно происходит автоматически, то есть аудитория остается пассивным потребителем видеоконтента, который не отличается разнообразием.

Чтобы проиллюстрировать последнее положение, обратимся к опыту радиостанции «Вести FM». Видеотрансляция на сайте медиа появилась весной 2014 года и по своему инструментарию напоминала услугу «Эха Москвы». Трансляция не отличалась хорошим

качеством, но пользователь мог выбирать ракурс камеры в соответствии со своими потребностями. В декабре 2014 года на сайте «Вестей» стал доступен обновленный вариант видеотрансляции - в HD-качестве. Однако при этом посетители лишились возможности выбирать ракурс трансляции - он меняется автоматически. «Картинка» по своим свойствам стала напоминать телевизионный контент - зритель в заранее определенной последовательности получает то, что ему предлагается, вне зависимости от его желания.

Описанная форма организации видеотрансляции (а также трансляция с помощью одной камеры) превращает аудиторию в пассивного потребителя однообразного видеоматериала и возвращает распространение контента в линейное русло, что характерно для традиционных СМИ или для самых первых форм видеотрансляции. Подобный подход представляется ошибочным, недальновидным и не способным привлечь современного - особенно молодого - пользователя, в котором заинтересована любая радиостанция.

Источники и литература

- 1) Вартанова Е.Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы. – М.: МедиаМир, 2009. – 488 с.
- 2) Жаров В.Е. О том, как представить радиостанцию в Интернете // Ключи к эфиру: В 2 кн. Кн. 2. Основы мастерства: Опыт, практические советы / Под ред. Г.А. Шевелева. – М.: Аспект Пресс, 2007. - С. 180-215.
- 3) Современное радиовещание в оценках журналистов и исследователей. Сборник материалов заседаний круглых столов в рамках конференции «Журналистика» (2004-2011) / Под ред. Л.Д. Болотовой. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2011. - 325 с.

Слова благодарности

Автор выражает благодарность кандидату искусствоведения, доценту Е.А. Болотовой за помощь в подготовке тезисов.